



# Projeto PEDAGÓGICO DE CURSO

Marketing

# Projeto Pedagógico Resumido

## CST em Marketing

### 1. OFERTA DO CURSO

#### REGIME ESCOLAR

Seriado Semestral/Crédito

#### CARGA HORÁRIA

1767 horas

#### DURAÇÃO MÍNIMA

02 anos

#### MODALIDADE

**Presencial:** aulas presenciais, com uso predominante de metodologias ativas em sala de aula e/ou espaços de prática, além de disciplinas ofertadas a distância por meio de Ambiente Virtual de Aprendizagem, conforme matriz curricular específica. Esta modalidade poderá conter oferta de carga horária na modalidade de Ensino a Distância - EAD na organização pedagógica e curricular, até o limite de 40% da carga horária total do curso, conforme determinado na Portaria MEC No. 2117, de 06 de dezembro de 2019 e publicada no Diário Oficial da União em 12 de dezembro de 2019.

**EaD:** aulas a distância por meio de Ambiente Virtual de Aprendizagem e mediação tutores; encontro presencial obrigatório para avaliação individual da aprendizagem do aluno; podendo ou não contar com aulas ou encontros presenciais, obrigatórios para discussões e troca de experiências em sala de aula sobre conteúdos e casos reais e realização de atividades práticas observando o limite máximo de 30% (trinta por cento) da carga horária total do curso, com complementação de atividades realizadas em Ambiente Virtual de Aprendizagem.

#### ATOS AUTORIZATIVOS DO CURSO E ÚLTIMOS RESULTADOS DE

## **AVALIAÇÕES**

Os atos autorizativos do curso e os últimos resultados de avaliações realizadas pelo MEC podem ser observados no Anexo A.

## **2. APRESENTAÇÃO E DIFERENCIAIS DO CURSO**

Os diferenciais do Curso Superior de Tecnologia em Marketing estão alicerçados na visão empreendedora e na concepção de que todos devem seguir seus sonhos de estudo e de investimento na carreira profissional, percebendo o mundo como global e local. O Curso Superior de Tecnologia em Marketing, por meio da emancipação e autonomia do indivíduo, oferta oportunidades condizentes com a realidade circundante. O profissional de Marketing se torna peça chave no complexo cenário contemporâneo, já que, com sua formação ampla, é capaz de aplicar conhecimentos para a solução de problemas sociais atuais, além de traçar novos caminhos para um futuro mais próspero e sustentável.

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing propicia aos estudantes a experiência prática nos Projetos Aplicados à Negócios, bem como no seu AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem), com simuladores virtuais de negócio. É possível ampliar a experiência profissional e o networking por meio do Núcleo de Práticas em Negócios, alinhando teoria e prática, atendendo a demandas da própria Escola de Negócios e demais unidades da IES, bem como da sociedade em geral, no que tange as diversas áreas de negócios. Além disso, os estudantes poderão desenvolver suas competências sociais participando de programas e projetos de extensão.

A matriz curricular prevê disciplinas que fomentam o empreendedorismo e as práticas profissionais, bem como a utilização intensiva de tecnologia. Tais disciplinas estão alinhadas com as demandas da sociedade, possibilitando a formação ampla do estudante em áreas como antropologia e cultura brasileira, comunicação e desenvolvimento humano e social. As disciplinas específicas do Curso Superior de Tecnologia em Marketing fomentam a visão sistêmica, pois trabalham com base nas realidades local, regional e nacional, organizando-se o currículo do curso de forma a criar uma identidade que o diferencia de outros cursos oferecidos na região, ao mesmo tempo em que é promovida a integração entre teoria e prática. Acrescenta-se a isso o fato de que as disciplinas optativas permitem que o estudante construa a sua própria trilha de estudos de acordo com suas aptidões, preferências, gosto ou atuação profissional.

### **3. PÚBLICO ALVO E ÁREAS DE ATUAÇÃO**

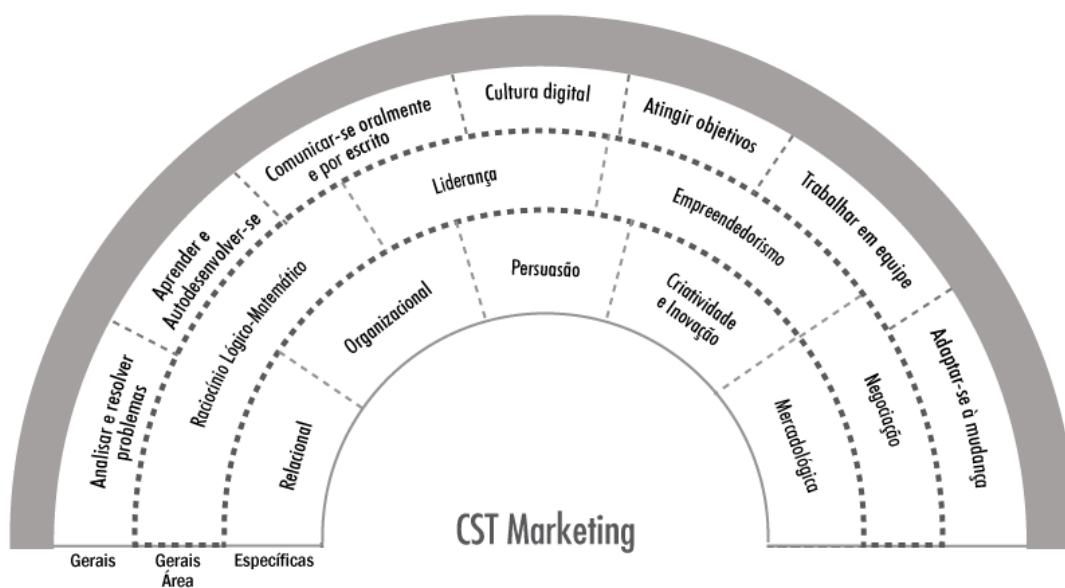
O curso se destina a pessoas interessadas a desenvolver, ampliar ou formalizar competências profissionais na área do curso. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção de egressos do curso, que podem ocupar posições de trabalho nos setores público e privado, nas áreas de análises e prospecção de mercados, pesquisas de público-alvo, construção e desenvolvimento de marca, produto, avaliação de cenários mercadológicos, formulação estratégica. Pode atuar com estratégias para atração de clientes, marketing operacional, de relacionamento, esportivo, político, cultural, digital, social, endomarketing e neuromarketing. O graduado em Marketing pode atuar nas áreas de comportamento do consumidor, varejo, vendas, trade marketing e em empresas de diferentes portes.

#### 4. OBJETIVO GERAL DO CURSO

Formar profissionais com sólidos conhecimentos teóricos e práticos, voltados à apropriação, à utilização das técnicas e à integralização dos instrumentos de Marketing para o desenvolvimento de estratégias competitivas para organizações públicas e privadas.

#### 5. COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS DO EGRESSO

As seguintes competências expressam o perfil profissional do egresso do curso:



#### 6. MATRIZ CURRICULAR

Série	Disciplina	CH	Modalidade		
			Presencial	Híbrido/EAD	EAD
1	Direito Aplicado a Negócios	66	Online	Online	Online
1	Fundamentos da Administração	66	Presencial	Presencial	Online
1	Fundamentos de Economia	66	Presencial	Presencial	Online
1	Comunicação	66	Online	Online	Online
1	Responsabilidade Social Corporativa	66	Presencial	Online	Online

		330			
2	Fundamentos de Marketing	66	Presencial	Presencial	Online
2	Desenvolvimento de Produtos	66	Online	Online	Online
2	Estatística Descritiva	66	Presencial	Online	Online
2	Empreendedorismo	66	Online	Online	Online
2	Diagnóstico Organizacional	66	Presencial	Presencial	Online
2	Atividades Extensionistas – Módulo Preparatório	66	Extensão	Extensão	Extensão
2	Projeto Aplicado a Negócios I	33	Online	Online	Online
		429			
3	Canais de Distribuição	66	Presencial	Online	Online
3	Comunicação Integrada	66	Online	Online	Online
3	Métodos de Preço, Custos e Custeio	66	Presencial	Presencial	Online
3	Comportamento do Consumidor	66	Presencial	Online	Online
3	Desafios Contemporâneos	66	Online	Online	Online
3	Planejamento Estratégico	66	Presencial	Presencial	Online
3	Atividades Extensionistas – Módulo Avançado Aplicado em Negócios	66	Extensão	Extensão	Extensão
3	Projeto Aplicado a Negócios II	33	Online	Online	Online
		495			
4	Pesquisa de Mercado	66	Presencial	Online	Online
4	Marketing de Serviços	66	Presencial	Online	Online
4	Marketing Digital	66	Online	Online	Online
4	Gestão de Marcas	66	Online	Online	Online
4	Optativa	66	Online	Online	Online
4	Gestão de Projetos	66	Presencial	Presencial	Online
4	Projeto Aplicado a Negócios III	33	Online	Online	Online
4	Atividades Extensionistas – Vivência Aplicada em Negócios I	54	Extensão	Extensão	Extensão
4	Atividades Complementares	30	Presencial	Online	Online
		513			

## **7. EMENTÁRIO**

### **DIREITO APLICADO A NEGÓCIOS**

Versa sobre os reflexos jurídicos das relações negociais, os aspectos relativos à personalidade e à capacidade civil, às sociedades empresariais, suas

espécies e formas de constituição, com foco nas implicações trabalhistas, tributárias, consumeristas e na responsabilidade dos sócios e gestores.

### **FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO**

Examina o processo de gestão das organizações, apresentando as áreas funcionais da administração, os níveis de uma estrutura organizacional e a relação dos ambientes interno e externo, enfatizando as competências necessárias para o gestor exercer o seu papel.

### **FUNDAMENTOS DE ECONOMIA**

Enfoca os fundamentos da teoria econômica, envolvendo a micro e a macroeconomia. Discute os principais problemas econômicos que afetam a sociedade e as organizações, além de tratar das intervenções governamentais que levam ao crescimento e desenvolvimento econômico.

### **COMUNICAÇÃO**

Estuda o processo comunicativo em diferentes contextos sociais. Discute o uso de elementos linguísticos adequados às peculiaridades de cada tipo de texto e situação comunicativa. Identifica e reflete sobre as estratégias linguístico-textuais em gêneros diversificados da oralidade e da escrita.

### **RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

Atuação do profissional em tecnologia de gestão como profissional responsável e comprometido com as temáticas sociais, tais como ética, inclusão social, relações étnico-raciais, diversidade cultural: cultura afro-brasileira e indígena, diversidade sexual e religiosa, pessoas com deficiência, gerações; direitos humanos e cultura da paz; responsabilidade social corporativa (social, econômico e ambiental).

### **FUNDAMENTOS DE MARKETING**

Discute o processo de planejamento, implantação e gestão de marketing, abordando o conceito e o papel do marketing nas organizações, as questões referentes à segmentação, o posicionamento e a colocação no mercado, além



de descrever o composto do marketing. Enfatiza ainda a manutenção e o crescimento em mercados correntes e a abertura de novos mercados.

### **DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS**

Analisa estrategicamente o desenvolvimento de novos produtos a partir da conceituação teórica da tipologia, classificação e hierarquia de produtos apresentando ferramentas de análise de portfólio e de linha de produtos, discutindo o papel da inovação e do design estratégico através da criação e da co-criação de valor para o consumidor, bem como, as estratégias e os processos de desenvolvimento de novos produtos sob uma perspectiva de marketing.

### **ESTATÍSTICA DESCRITIVA**

Estuda os conceitos necessários à análise exploratória de dados, distribuições de frequência e seus gráficos, medidas de tendência central, medidas de variação e medidas de dispersão. Explora a proposição de situações-problema para construção da aprendizagem significativa.

### **EMPREENDEDORISMO**

Apresenta a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento, bem como os seus conceitos de e evolução histórica. Descreve o empreendedorismo como competência sócio emocional e as características do Comportamento Empreendedor como criatividade, empreendedorismo e inovação. Demonstra a ação empreendedora nos âmbitos corporativo, social e na criação de Novos Negócios.

### **DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL**

Dedica-se ao entendimento da importância da adequada gestão dos recursos organizacionais, que envolvem pessoas, capitais, materiais, produção, mercados, clientes, processos e estruturas, que quando bem geridos servem como ferramentas de desempenho organizacional. Dedica-se ainda a compreensão do ambiente organizacional, com foco em seus processos e recursos internos realizando diagnóstico da estrutura organizacional, a partir da visão sistêmica das relações entre recursos e funções organizacionais.

### **ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – MÓDULO PREPARATÓRIO**

Aprender que a Responsabilidade Socioambiental articulada com os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da Agenda ONU 2030) envolve uma mudança de comportamento tanto das pessoas quanto das organizações. Desenvolver o “pensamento social e sustentável” na atuação profissional.

## **PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS I**

Aplica conhecimentos sobre a gestão dos recursos organizacionais, que envolvem pessoas, capitais, materiais, produção, mercados, clientes, processos e estruturas, dedicando-se a compreensão do ambiente organizacional, com foco em seus processos e recursos internos realizando diagnóstico da estrutura organizacional, a partir da visão sistêmica das relações entre recursos e funções organizacionais.

## **CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO**

Trata dos sistemas de canais de vendas, com a apresentação dos participantes, alinhamento Estratégico entre Marketing e Logística, TI aplicada a gestão (EDI, ECR, Quick Response), ambientes, tipos, desenho e estratégias dos canais de venda. Além dos conceitos de ponto de venda como Trade marketing (merchandising) e seus impactos, percepção visual, e ações promocionais no ponto de venda.

## **COMUNICAÇÃO INTEGRADA**

A disciplina discute os processos de comunicação, explorando os conceitos e nomenclaturas da comunicação de massa, no âmbito mercadológico, classificando as diferentes formas de mídia tradicionais, bem como os novos canais.

## **MÉTODOS DE PREÇO, CUSTOS E CUSTEIO**

Compreende os diferentes sistemas de custeio e os fatores que afetam os custos empresariais, explorando a capacidade de avaliação e expressão de opinião sobre o sistema de custo mais adequado à matriz operacional e à estratégia de uma organização. Avalia aspectos de mercado, estratégicos, tributários, qualitativos e.

## **COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR**

Apresenta e discute o estudo do comportamento do consumidor nos aspectos cognitivos, percepções, atitudes, influências ambientais, aspectos

demográficos e psicográficos que englobam estímulos aos diferentes apelos mercadológicos e de comunicação.

### **DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS**

Estuda temas relevantes da contemporaneidade como o processo de construção da cidadania e suas respectivas interfaces com os direitos humanos, ética e diversidade. Analisa as interferências antrópicas no meio ambiente e discute o desenvolvimento sustentável e o impacto das inovações tecnológicas. Aborda ainda tendências e diretrizes sociopolíticas, e questões de responsabilidade social e justiça.

### **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

Trata da conscientização sobre a construção de estratégias empresariais diferenciadas, o entendimento das políticas empresariais, a avaliação estratégica com ferramentas de Balanced Scorecard e definição de indicadores estratégicos e a consolidação do planejamento estratégico como ferramenta de gestão.

### **ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – MÓDULO AVANÇADO APLICADO EM NEGÓCIOS**

Compreender os elementos da Responsabilidade Socioambiental articulado com os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da Agenda ONU-2030) aplicado às carreiras profissionais; realizar levantamentos de questões socioambientais atuais em comunidades vulneráveis; construir projetos de intervenção social junto à estas comunidades.

### **PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS II**

Dedica-se a aplicação de conceitos sobre objetivos e estratégias organizacionais, apoiada em metodologias e teorias atuais, considerando os passos necessários para a concepção do Planejamento Estratégico: análise do ambiente externo, tendências e descontinuidades, análise do ambiente interno, representação do portfólio, estratégia de balanceamento do portfólio.

### **PESQUISA DE MERCADO**

Estuda conceitos fundamentais da pesquisa de mercado na metodologia qualitativa e quantitativa. Introduz, enfoca e aprofunda o planejamento de pesquisa, a definição dos objetivos, elaboração de instrumentos de coleta de dados, aplicação, tratamento dos dados e elaboração do relatório final da

pesquisa.

## **MARKETING DE SERVIÇOS**

Apresenta os princípios do marketing visando sua aplicação ao setor de serviços. Aborda a análise das condições necessárias para que as empresas do setor atinjam o sucesso. Para isto, ela apresenta estratégias de crescimento, analisa a natureza das inovações no setor, e outras estratégias para a criação de um sistema de administração de serviços eficiente e eficaz.

### **MARKETING DIGITAL**

Introdução ao marketing digital (a economia e o marketing digital). A revolução digital e a ruptura do comportamento de compra. Os ambientes do marketing digital. Marketing de conteúdo. Marketing nas mídias sociais. Marketing viral. Marketing móvel. Pesquisa e publicidade online. Principais canais e estratégias de marketing digital. Novas tecnologias e o marketing relacionado. Monitoramento e medição. Aspectos de segurança, éticos e legais.

### **GESTÃO DE MARCAS**

Discute os principais conceitos e definições de branding, além de capacitar o aluno para o desenvolvimento do planejamento e posicionamento estratégico da marca. Desenvolve e gerencia programas de identidade de marcas, enfatizando as ações de comunicação para o alcance da equidade da marca e o seu papel social na atualidade.

### **OPTATIVA**

A proposta curricular é marcada pela flexibilidade que se materializa na oferta de disciplinas Optativas, aumentando o leque de possibilidade de formação para os estudantes com disciplinas que visam agregar conhecimentos ao estudante e enriquecer o currículo permitindo a busca do conhecimento de acordo com o interesse individual.

### **GESTÃO DE PROJETOS**

Aborda a implementação de projetos por meio de modelagem e gestão de projetos. Estuda métodos e técnicas apoiadas pelas práticas do PMBOK (PMI), tais como análise de grupos de processos e mapeamento de áreas de conhecimento de projetos, definição do perfil do gerente de projetos, análise de informações dos projetos e desenvolvimento de relatório de implementação de projetos. Discute ainda a gestão da mudança organizacional.

## **PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS III**

Aborda a implementação de projetos por meio de modelagem e gestão de projetos. Estuda métodos e técnicas como PMI, PMBOK, mapeamento e acompanhamento dos riscos de projetos, definição do perfil do gerente de projetos, análise de informações dos projetos e desenvolvimento de relatório de implementação de projetos. Discute ainda a gestão da mudança organizacional.

## **ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – VIVÊNCIA APLICADA EM NEGÓCIOS I**

Desenvolvimento do conhecimento de diferentes áreas profissionais e sociais, e aprendizado em grupos intra e interprofissionais, contribuindo para a formação integral do estudante. Exploração da integração teórico-prática na promoção do bem social e da sustentabilidade a partir da prática colaborativa em instituições e comunidades.

## **ATIVIDADE COMPLEMENTAR**

As Atividades Complementares constituem **práticas acadêmicas obrigatórias**, para os estudantes dos cursos de graduação, em conformidade com a legislação que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Superior e com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Tem o propósito de enriquecer o processo de ensino-aprendizagem, privilegiando a complementação da formação social e profissional e estão formalizadas na Instituição por meio de Regulamento próprio devidamente aprovado pelas instâncias superiores, estando disponível para consulta.

## **8. METODOLOGIA, SISTEMA DE AVALIAÇÃO E DE FREQUÊNCIA**

### **Componente Curricular presencial**

- **Metodologia:** O curso visa desenvolver os talentos e competências de seus estudantes para que se tornem profissionais éticos, críticos, empreendedores e comprometidos com o desenvolvimento social e ambiental. A aprendizagem é entendida como um processo ativo, por meio do qual conhecimentos, habilidades e atitudes são construídos pelo estudante a partir da relação que estabelece com o mundo e com as pessoas com quem se relaciona. As aulas são estruturadas de forma a garantir elementos didáticos significativos para a aprendizagem.
- **Avaliação e frequência:** A avaliação do desempenho escolar é realizada de forma continuada, por meio do uso de diferentes instrumentos de avaliação. Para aprovação, a Nota Final da disciplina

deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis), além da necessária frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina.

### **Componente Curricular online**

- **Metodologia:** é disponibilizado um Ambiente Virtual de Aprendizagem, além de promover a familiarização dos estudantes com a modalidade a distância. No modelo *web-based*, o processo educativo é realizado com base na aprendizagem colaborativa e significativa, por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação. O objetivo é proporcionar uma relação de aprendizagem que supere as dimensões de espaço/tempo e que desenvolva competências necessárias para a formação dos futuros profissionais, valorizando o seu papel ativo no processo.
- **Avaliação e frequência:** A avaliação do desempenho escolar é realizada no decorrer da disciplina, com entrega de atividades online e a realização de atividades avaliativa presencial, obrigatória, realizada na instituição ou polo de apoio presencial em que o estudante está devidamente matriculado. Para aprovação, a Nota Final da disciplina deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis). Outro critério para aprovação é a frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina. A frequência é apurada a partir da completude das atividades propostas no Ambiente Virtual de Aprendizagem.

## **9. QUALIFICAÇÃO DOS DOCENTES**

O corpo docente é constituído por professores especialistas, mestres e doutores e de reconhecida capacidade técnico-profissional, atendendo aos percentuais de titulação exigidos pela legislação.

No Anexo B, tem-se a relação dos professores que integram o corpo docente do curso.

## **10. INFRAESTRUTURA**

Dentre os espaços mínimos apresentados nas sedes das Instituições encontram-se:

- Instalações administrativas para o corpo docente e tutorial e para o atendimento aos candidatos e estudantes;
- Sala(s) de aula para atender às necessidades didático-pedagógicas dos cursos ou encontros de integração;



- Recursos de Informática para o desenvolvimento de atividades diversas, com acesso à internet;
- Áreas de convivência;
- Biblioteca: a consulta às bibliografias básica e complementar são garantidas na sua totalidade em bases de acesso virtuais disponíveis no Ambiente Virtual de Aprendizagem, página da biblioteca, área do aluno e acervos físicos. A IES e os polos contam com espaços de estudos. Desta forma, procura-se assegurar uma evidente relação entre o acervo com o Projeto Pedagógico do Curso, assim como manter uma constante atualização das indicações bibliográficas das disciplinas que compõem a estrutura curricular de cada curso. O acesso à informação é facilitado por serviços especializados, bem como pela disponibilização de computadores nas bibliotecas com acesso à Internet para execução de pesquisa e acesso à bases de periódicos indexados e portais de livros eletrônicos. As consultas aos acervos local e online estão disponíveis por meio da página da biblioteca no endereço: <https://portal.fmu.br/biblioteca/>
- Laboratórios didáticos especializados e profissionais: de acordo com o(s) curso(s) ofertado(s), deverão constar laboratórios didáticos específicos em consonância com a proposta pedagógica do curso.

Conheça os locais de oferta do curso, para todas as modalidades, no site institucional: <https://portal.fmu.br/>

**ANEXO A – ATOS AUTORIZATIVOS DO CURSO E ÚLTIMOS RESULTADOS DE AVALIAÇÕES REALIZADAS PELO MEC**

<b>Modalidade/Local de Oferta</b>	<b>Ato Autorizativo - Criação</b>	<b>Último Ato Autorizativo (Reconhecimento ou Renovação de Reconhecimento)</b>	<b>Conceito de Curso (CC)</b>	<b>ENADE</b>	<b>Conceito Preliminar de Curso (CPC)</b>
Preencial/Campus <b>Liberdade</b>	Resolução CDEPE s/n, de 11/08/2008	<b>Reconhecimento</b> Portaria MEC nº 490, de 20/12/2011, publicada no DOU nº 246 de 23/12/2011, pg. 29, 30  <b>Renovação de Reconhecimento</b> Portaria Ministerial nº 203, de 25/06/2020, DOU nº 128, de 07/07/2020, Seção 1, p. 19-30	3	4	3

<b>Modalidade/Local de Oferta</b>	<b>Ato Autorizativo - Criação</b>	<b>Último Ato Autorizativo (Reconhecimento ou Renovação de Reconhecimento)</b>	<b>Conceito de Curso (CC)</b>	<b>ENADE</b>	<b>Conceito Preliminar de Curso (CPC)</b>
EaD	Resolução CDEPE s/n, de 30/09/2014	Portaria Ministerial nº 729, de 14/07/2017, DOU nº 135, de 17/07/2017, Seção 1, p. 14-15  Portaria Ministerial nº 214, de 25/06/2020, DOU nº 128, de 07/07/2020, Seção 1, p. 143	3	4	4

**ANEXO B – RELAÇÃO DOS PROFESSORES QUE INTEGRAM O CORPO  
DOCENTE DO CURSO**

<b>Professor</b>	<b>Titulação</b>
Andrea Licia De Almeida Oliveira	Doutor
Claudiane De Cassia Costa De Matos	Mestre
Dermeval Santos Cerqueira	Doutor
Dirceu Raiser Nunes	Doutor
Domingos Da Silva Biondi	Mestre
Edgar Alves Da Silva	Mestre
Eliane Isabel De Castro Meira	Mestre
Erich Ferreira Caputo	Mestre
Fabio Franco Pereira	Doutor
Fabio Konishi	Mestre
Fernando Padilha Santiago	Mestre
Francisco Angelo Antunes	Mestre
Gilmar Afonso De Lucas	Mestre
Indaia Cristina Batistuta Pereira Bertoni	Mestre
Isabella Regina Oliveira Goulart	Doutor
Janaina Quintas Antunes	Doutor
Jose Domingos Estivalli	Especialista
Luiz Henrique Peruchi	Mestre
Luiz Roberto De Almeida	Mestre
Maria Do Carmo Assis Todorov	Mestre
Marihe Alves Rossini	Especialista
Nicole Morihama	Mestre
Norberto Almeida De Andrade	Mestre
Pedro Serico Vaz Filho	Doutor
Renata Amorim Dos Anjos	Mestre
Renata Sposito Roxo Peinado	Mestre
Renato Mendes Mineiro	Doutor
Ronaldo Raemy Rangel	Doutor
Sandra Cristina Borges Monici	Mestre
Sandra Ferreira Da Silva	Especialista
Thiago Siqueira Venanzoni	Doutor
Vania Amaro Gomes	Mestre
Viviane Miriam Cardoso Cruz	Mestre