



## **PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO**

### **Formação Inicial e Continuada em Promotor de Vendas**

#### **Parte 1 (solicitante)**

#### **DADOS DO CAMPUS PROPONENTE**

**1 Campus:**

Campus Gaspar

**2 Endereço/CNPJ/Telefone do campus:**

Rua Adriano Kormann, 510 - Bela Vista, Gaspar - SC, 89111-009 - Telefone: (47) 3318-3700

**3 Complemento:**

Não há.

**4 Departamento:**

Área de Gestão e Negócios

**5 Há parceria com outra Instituição?**

SETEC/MEC

**6 Razão social:**

Não se aplica

**7 Esfera administrativa:**

Não se aplica

**8 Estado / Município:**

Não se aplica

**9 Endereço / Telefone / Site:**

**10 Responsável:**

Não há

#### **DADOS DOS RESPONSÁVEIS PELO PROJETO DO CURSO**

**11 Nome dos responsáveis pelo projeto:**

Givaldo Bezerra da Hora

Vanessa Edy Dagnoni Mondini

**12 Contatos:**

E-mail: givaldo.hora@ifsc.edu.br - Telefone: (47) 3318-3700

E-mail: vanessa.dagnoni@ifsc.edu.br - Telefone: (47) 3318-3700

## Parte 2 (aprovação do curso)

### DADOS DO CURSO

**13 Nome do curso:**

FIC em Promotor de Vendas

**14 Eixo tecnológico:**

Gestão e Negócios

**15 Forma de oferta:**

PRONATEC

**16 Modalidade:**

Educação a Distância (EaD)

**17 Carga horária total:**

160 horas

### PERFIL DO CURSO

**18 Justificativa do curso:**

No atual contexto, entende-se que faz parte da missão institucional do IFSC trabalhar pela qualificação profissional na modalidade EaD, de forma a se estabelecer uma realidade em que todos tenham mais oportunidades de acesso a serviços públicos de qualidade e socialmente referenciados. Ao propormos essa oferta, o maior objetivo do Câmpus é poder dialogar diretamente com os interessados em atuar na área comercial e de vendas, numa perspectiva que possa contribuir para o aprimoramento dos serviços prestados pelas organizações ou autônomos à comunidade. De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD) (2019), o setor de vendas do Brasil apresentou, em tempos recentes, um crescimento expressivo. Dentre as principais razões, destaca-se o seu potencial para a geração de emprego e renda para pessoas caracterizadas, no mercado, como empreendedores independentes.

Embora o Brasil ocupe a 6ª posição mundial em vendas diretas, contando com a participação de 4 milhões de empreendedores atuando nessa modalidade e com um montante de R\$ 45 bilhões em volume de negócios em 2019 (ABEVD, 2020), o desenvolvimento e oferta de programas de qualificação ainda são uma necessidade a ser suprida. Assim, a Formação Inicial e Continuada em Promotor de Vendas é um curso que, diante dos novos desafios e oportunidades da economia moderna, apresenta novos conceitos e estratégias de grande importância para o sucesso dos profissionais do setor e outros públicos interessados no tema.

**19 Objetivos do curso:**

- Abordar estratégias e técnicas eficazes de negociação e vendas;
- Fomentar o pensamento e a ação estratégica em vendas, com foco na eficiência comercial;
- Desenvolver habilidades e competências comportamentais para a promoção de equipes

motivadas e de alto desempenho em vendas; e

- Apresentar os conceitos básicos e as melhores práticas para gerenciamento de canais de vendas *on-line* (*e-commerce*).

## PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

### 20 Competências gerais:

Conforme o Guia Pronatec de Cursos FIC 2016, o egresso do curso de Formação Inicial em Promotor de Vendas promove as mercadorias, produtos e serviços em estabelecimentos do comércio varejista ou atacadista, auxiliando os clientes na escolha de produtos e serviços, apresentando suas qualidades e vantagens de aquisição. Controlam entrada e saída de mercadorias. Expõem mercadorias de forma atrativa, em pontos estratégicos de vendas. Elaboram relatórios de vendas, de promoções, de demonstrações e pesquisa de preços.

Além disso, o egresso estará apto a compreender os novos desafios da área comercial e de vendas no contexto dos mercados globalizados. Entender as técnicas de comercialização, negociação, vendas e pós-vendas. Reconhecer questões relativas aos recursos humanos e ao trabalho em equipe dentro do processo comercial. Definir as diretrizes básicas de comercialização via canais *on-line* (*e-commerce*).

### 21 Áreas de atuação do egresso:

Os egressos do curso poderão atuar na área comercial de organizações de qualquer segmento, elaborando estratégias de negociação e técnicas de implementação de vendas físicas e *on-line* (*e-commerce*).

## ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO

### 22 Matriz curricular:

| Componente Curricular                         | CH EaD     | CH Total   |
|---|------------|------------|
| Eu vendedor e a Formação de Equipes de Vendas | 40         | 40         |
| Relacionamento com os Clientes                | 40         | 40         |
| Estratégias de Vendas e Negociação            | 40         | 40         |
| Ferramentas para Vendas <i>on-line</i>        | 40         | 40         |
| <b>Carga Horária Total</b>                    | <b>160</b> | <b>160</b> |

### 23 Componentes curriculares:

|   |                           |
|---|---------------------------|
| <b>Unidade Curricular:</b> Eu vendedor e a Formação de Equipes de Vendas  | <b>CH Total: 40 horas</b> |
| <b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Fortalecer o participante de autoconhecimento, despertando suas potencialidades bem como fragilidades para a atividade de vendas;</li><li>- Entender o processo de formação de equipes de vendas, com foco no aprimoramento e o desenvolvimento das expertises;</li><li>- Coordenar e avaliar as atividades de vendas, efetuando análises de indicadores de desempenho operacional, propondo alternativas de mudanças e melhorias de processo; e</li><li>- Gerenciar equipes com foco em resultados, desenvolvendo atitudes de liderança na equipe.</li><li>- Usar a motivação para atingir os objetivos e metas de vendas.</li></ul> |                           |

|  |  |
|--|--|
| <b>Conteúdos:</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autoconhecimento</li> <li>- Motivação e liderança.</li> <li>- Mensuração de desempenho em vendas.</li> <li>- Gestão de pessoas e Incentivos de profissionais da área de vendas.</li> </ul>  |  |
| <b>Metodologia de Abordagem:</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- As interações entre docentes e discentes poderão ser efetuadas de forma síncrona ou assíncrona. De forma síncrona, por meio de webconferências com a indicação da plataforma escolhida pelo professor. De forma assíncrona, com suporte de serviços do Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem (Moodle), a partir da indicação de atividades de aprendizagem como fóruns, tarefas, questionários e materiais de estudo como textos, vídeos e leituras complementares mediadas pelo próprio docente da Unidade Curricular (UC).</li> <li>- O professor da UC poderá implementar abordagens diferenciadas de acordo com as especificidades e necessidades encontradas.</li> </ul> |  |
| <b>Referências Bibliográficas:</b>   |  |
| <p>CADERNOS EBAPE.BR. <b>Cadernos EBAPE.BR.</b> Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2003-. Trimestral. ISSN 1679-3951. Acesso via Portal de Periódicos da Capes.</p> <p>NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé e. <b>Administração de Vendas:</b> planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. <b>RAE.</b> Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1961-. Bimestral. ISSN 2178-938X. Acesso via Portal de Periódicos da Capes.</p> <p>SNELL, Scott; BOHLANDER, George. <b>Administração de Recursos Humanos.</b> São Paulo: Cengage Learning, 2015.</p>  |  |

|  |                           |
|--|---------------------------|
| <b>Unidade Curricular:</b> Relacionamento com os Clientes  | <b>CH Total: 40 horas</b> |
| <b>Objetivos:</b>  |                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conhecer os principais conceitos da gestão de relacionamento com clientes, bem como etapas e estratégias de fidelização e satisfação do cliente; e</li> <li>- Conhecer os canais de comunicação e estabelecer estratégias de uso desses canais para a gestão do relacionamento com os clientes.</li> </ul>  |                           |
| <b>Conteúdos:</b>  |                           |
| <p>Marketing de relacionamento.</p> <p>Fidelização e Satisfação do cliente.</p>  |                           |
| <b>Metodologia de Abordagem:</b>   |                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- As interações entre docentes e discentes poderão ser efetuadas de forma síncrona ou assíncrona. De forma síncrona, por meio de webconferências com a indicação da plataforma escolhida pelo professor. De forma assíncrona, com suporte de serviços do Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem (Moodle), a partir da indicação de atividades de aprendizagem como fóruns, tarefas, questionários e materiais de estudo como textos, vídeos e leituras complementares mediadas pelo próprio docente da Unidade Curricular (UC).</li> <li>- O professor da UC poderá implementar abordagens diferenciadas de acordo com as especificidades e necessidades encontradas.</li> </ul> |                           |

**Referências Bibliográficas:**

CADERNOS EBAPE.BR. **Cadernos EBAPE.BR.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2003-. Trimestral. ISSN 1679-3951. Acesso via Portal de Periódicos da Capes.

NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé e. **Administração de Vendas:** planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2011.

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. **RAE.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1961-. Bimestral. ISSN 2178-938X. Acesso via Portal de Periódicos da Capes.

SNELL, Scott; BOHLANDER, George. **Administração de Recursos Humanos.** São Paulo: Cengage Learning, 2015.

|  |                           |
|--|---------------------------|
| <b>Curricular:</b> Estratégias de Vendas e Negociação  | <b>CH Total: 40 horas</b> |
| <b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conhecer estratégias e técnicas inovadoras de negociação nas atividades de compra e venda; e</li><li>- Compreender os fatores fundamentais nas práticas de negociação.</li></ul>   |                           |
| <b>Conteúdos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Técnicas e ferramentas de vendas;</li><li>- Etapas de negociação em vendas.</li><li>- Perfis de clientes.</li><li>- A política comercial da empresa.</li><li>- Metas, Cotas e Comissões de vendas.</li></ul>   |                           |
| <b>Metodologia de Abordagem:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- As interações entre docentes e discentes poderão ser efetuadas de forma síncrona ou assíncrona. De forma síncrona, por meio de webconferências com a indicação da plataforma escolhida pelo professor. De forma assíncrona, com suporte de serviços do Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem (Moodle), a partir da indicação de atividades de aprendizagem como fóruns, tarefas, questionários e materiais de estudo como textos, vídeos e leituras complementares mediadas pelo próprio docente da Unidade Curricular (UC).</li><li>- O professor da UC poderá implementar abordagens diferenciadas de acordo com as especificidades e necessidades encontradas.</li></ul> |                           |
| <b>Referências Bibliográficas:</b> <p>CADERNOS EBAPE.BR. <b>Cadernos EBAPE.BR.</b> Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2003-. Trimestral. ISSN 1679-3951. Acesso via Portal de Periódicos da Capes.</p> <p>NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé e. <b>Administração de Vendas:</b> planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. <b>RAE.</b> Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1961-. Bimestral. ISSN 2178-938X. Acesso via Portal de Periódicos da Capes.</p> <p>SNELL, Scott; BOHLANDER, George. <b>Administração de Recursos Humanos.</b> São Paulo: Cengage Learning, 2015.</p>   |                           |

|  |                           |
|--|---------------------------|
| <b>Unidade Curricular:</b> Ferramentas para Vendas <i>on-line</i>  | <b>CH Total:</b> 40 horas |
| <b>Objetivos:</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender o conceito de vendas <i>on-line</i>, principais características e técnicas de implementação; e</li> <li>- Conhecer o papel dos fornecedores na modalidade de vendas <i>on-line</i>.</li> </ul>   |                           |
| <b>Conteúdos:</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>- Características do comércio <i>on-line</i>.</li> <li>- Canais de comercialização <i>on-line</i>.</li> <li>- Introdução ao <i>e-commerce</i>.</li> <li>- Estratégia e implementação de negócios eletrônicos.</li> <li>- Responsabilidade dos fornecedores no comércio <i>on-line</i>.</li> </ul>  |                           |
| <b>Metodologia de Abordagem:</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>- As interações entre docentes e discentes poderão ser efetuadas de forma síncrona ou assíncrona. De forma síncrona, por meio de webconferências com a indicação da plataforma escolhida pelo professor. De forma assíncrona, com suporte de serviços do Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem (Moodle), a partir da indicação de atividades de aprendizagem como fóruns, tarefas, questionários e materiais de estudo como textos, vídeos e leituras complementares mediadas pelo próprio docente da Unidade Curricular (UC).</li> <li>- O professor da UC poderá implementar abordagens diferenciadas de acordo com as especificidades e necessidades encontradas.</li> </ul> |                           |
| <b>Referências Bibliográficas:</b><br><br>CADERNOS EBAPE.BR. <b>Cadernos EBAPE.BR.</b> Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2003-. Trimestral. ISSN 1679-3951. Acesso via Portal de Periódicos da Capes.<br><br>NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé e. <b>Administração de Vendas:</b> planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2011.<br><br>REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. <b>RAE.</b> Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1961-. Bimestral. ISSN 2178-938X. Acesso via Portal de Periódicos da Capes.<br><br>SNELL, Scott; BOHLANDER, George. <b>Administração de Recursos Humanos.</b> São Paulo: Cengage Learning, 2015.   |                           |

## METODOLOGIA E AVALIAÇÃO

### 24 Avaliação do processo de ensino e aprendizagem:

Os métodos de avaliação serão aplicados a partir de uma perspectiva holística do campo pedagógico, mediante a qual o processo de ensino e aprendizagem será avaliado durante todos os momentos de execução do curso proposto. Dessa forma, será valorizada a participação do discente em todas as atividades desenvolvidas pelo professor. Em cada UC o professor formador, com auxílio do professor mediador, aplicará avaliações pertinentes aos conteúdos teóricos e práticos vistos ao longo do curso.

A operacionalização das avaliações será planejada com base em quatro fatores fundamentais: a avaliação deverá ser diagnóstica, processual, formativa e diversificada. Conforme Libâneo (2001), a aplicação de métodos avaliativos auxilia os professores a identificar as dificuldades que os educandos apresentam. Desta forma, relacionando educadores, conhecimento e sujeito do conhecimento, construindo autonomia e responsabilidade. Para além dos conhecimentos e habilidades definidos em cada UC, serão considerados como critérios de avaliação as atitudes gerais: trabalhar em equipe; respeitar a comunidade escolar; cumprir as tarefas solicitadas,

respeitando os prazos; contribuir para as aulas com interesse e empenho.

O registro da avaliação, conforme Art. 167 do regulamento Didático Pedagógico do IFSC será feito por valores inteiros de 0 (zero) a 10 (dez). O resultado mínimo para aprovação em uma UC será 6 (seis), sendo atribuído o resultado 0 (zero) ao aluno que comparecer a menos de 75% (setenta e cinco por cento) da sua carga horária estabelecida no PPC. O aluno que obtiver nota menor que 6,0, na soma das avaliações aplicadas em uma UC, poderá realizar uma atividade avaliativa de recuperação através do Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem (Moodle), em data e horário agendados com o professor formador.

Quanto ao registro parcial de cada UC, este será realizado pelo professor no diário de classe na forma de valores inteiros de 0 (zero) a 10 (dez). A decisão do resultado final, pelo professor, dependerá da análise do conjunto de avaliações e suas ponderações.

Somente poderão obter o certificado de conclusão do curso FIC em Promotor de Vendas os discentes que obtiverem êxito em cada uma das quatro UC.

## **25 Metodologia:**

As aulas serão realizadas na modalidade de educação a distância (EaD). As interações entre professor e estudante deverão ser efetivadas via Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem (Moodle), além da utilização de videoconferências (interação síncrona). Será intensificado o uso de serviços da Internet: correio eletrônico, fóruns de debate e comunicação em tempo real (chat).

O material didático utilizado pelo professor formador será composto por um conjunto de textos especializados sobre os temas ministrados em cada UC, videoaulas, relatórios de experiências e estudos de caso na área de vendas. O professor de cada UC poderá implementar abordagens diferenciadas de acordo com as especificidades e necessidades encontradas.

Os discentes deverão ter acesso ao material didático elaborado ou indicado pelo professor, via ambiente virtual, para facilitar o processo de ensino e aprendizagem. Além disso, os componentes curriculares ofertados durante o curso deverão ser ministrados levando em conta a interdisciplinaridade teórica e prática.

## **ESTRUTURA NECESSÁRIA PARA FUNCIONAMENTO DO CURSO**

### **26 Instalação e ambientes físicos / Equipamentos, utensílios e materiais necessários para o pleno funcionamento do curso:**

A infraestrutura para o curso EaD proposto tem o suporte do Núcleo de Educação a Distância (NEaD), com sala para a coordenação de curso, sala de tutores, sala de videoconferência e sala de audiovisual adequada à gravação de vídeos e vídeo-aulas.

O Câmpus Gaspar acesso à Internet por meio de fibras ópticas a partir de ponto de presença da RNP localizado na própria instituição.

No que concerne à Biblioteca do Câmpus Gaspar, destaca-se sua finalidade em reunir, organizar e disseminar informações para oferecer suporte a alunos, servidores docentes e técnicos administrativos na realização de suas atividades acadêmicas, proporcionando-lhes mecanismos que visem estimular o uso de seu acervo e incentivar a leitura, criando, em seu ambiente, oportunidades para a concretização da missão institucional.

### **27 Corpo docente necessário para funcionamento do curso (área de atuação e carga horária):**

O curso necessita de: um (01) coordenador de curso, com carga horária semanal de dez (10) horas; dois (02) professores formadores, com formação na área de Gestão e Negócios e com carga horária semanal de dez (10) horas; cinco (05) professores mediadores a distância, com carga horária semanal de dez (10) horas, para as atividades de acompanhamento e orientação dos alunos, bem como para a aplicação e correção de avaliações. Para possibilitar o funcionamento remoto do FIC, necessita-se de uma estrutura administrativa para a condução dos

processos de suporte ao curso, a ser provida pelo CERFEAD – IFSC.

### Parte 3 (autorização da oferta)

#### 28 Itinerário formativo no contexto da oferta/Câmpus:

O IFSC – Câmpus Gaspar tem sua oferta de cursos organizada em 5 eixos tecnológicos, sendo um deles a área de Gestão e Negócios. Nesta área, são oferecidos cursos em todos os níveis e modalidades, a saber: cursos FIC, curso PROEJA/FIC de Assistente Administrativo, curso Técnico de Administração, Curso Superior de Tecnologia em Processo Gerenciais, Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública (EAD/UAB). Dessa forma, oferecer um curso FIC em Promotor de Vendas, na modalidade EAD, colabora para o fortalecimento do itinerário formativo da área de Gestão e Negócios.

#### 29 Frequência da oferta:

O curso será ofertado por edital específico, conforme a demanda e disponibilidade de recursos.

#### 30 Periodicidade das aulas:

As aulas serão ministradas na modalidade EaD com periodicidade semanal. Cada módulo de 40 horas terá a duração de um (01) mês.

#### 31 Local das aulas:

As aulas ocorrerão em Ambiente Virtual de Ensino de Aprendizagem (Moodle).

#### 32 Turno de funcionamento, turmas e número de vagas:

| Semestre letivo | Turmas | Turno   | Vagas por turma | Total de Vagas |
|-----------------|--------|---------|-----------------|----------------|
| 2020            | 05     | Noturno | 40              | 200            |

#### 33 Público-alvo na cidade/região:

Interessados que possuam foco no desenvolvimento de competências em processos comerciais, vendas e de negociação em pequenas e médias empresas.

#### 34 Pré-requisito de acesso ao curso:

Escolaridade Mínima: Ensino Fundamental II (6º a 9º) Completo, conforme especificação do Guia PRONATEC de cursos FIC - 2016.

#### 35 Forma de ingresso:

O ingresso se dará de acordo com o edital de oferta publicado pelo Centro de Referência em Educação a Distância (CERFEAD), no site oficial do IFSC.  
A seleção dos discentes será realizada utilizando-se o método de sorteio eletrônico.

#### 36 Corpo docente que irá atuar no curso:

A seguir são apresentados os servidores responsáveis pelo curso:

| Nome: Givaldo Bezerra da Hora - Coordenador |          |  |       |  |                  |  |                    |
|---|----------|--|-------|--|------------------|--|--------------------|
| X   | Servidor |  | Aluno |  | Parceiro externo |  | Voluntário externo |

|   |                                  |
|---|----------------------------------|
| Telefone: (47) 3318-3700                                  | e-mail: givaldo.hora@ifsc.edu.br |
| Área / Departamento de Atuação: Área de Gestão e Negócios |                                  |

|   |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
|---|----------|--------------------------|-------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Nome: Professor formador                                  |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
| <input checked="" type="checkbox"/>                       | Servidor | <input type="checkbox"/> | Aluno | <input type="checkbox"/> | Parceiro externo | <input type="checkbox"/> | Voluntário externo |
| Telefone:   |          |                          |       | e-mail:                  |                  |                          |                    |
| Área / Departamento de Atuação: Área de Gestão e Negócios |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |

|   |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
|---|----------|--------------------------|-------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Nome: Professor formador                                  |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
| <input type="checkbox"/>                                  | Servidor | <input type="checkbox"/> | Aluno | <input type="checkbox"/> | Parceiro externo | <input type="checkbox"/> | Voluntário externo |
| Telefone:   |          |                          |       | e-mail:                  |                  |                          |                    |
| Área / Departamento de Atuação: Área de Gestão e Negócios |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |

|   |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
|---|----------|--------------------------|-------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Nome: Professor mediador a distância                      |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
| <input type="checkbox"/>                                  | Servidor | <input type="checkbox"/> | Aluno | <input type="checkbox"/> | Parceiro externo | <input type="checkbox"/> | Voluntário externo |
| Telefone:   |          |                          |       | e-mail:                  |                  |                          |                    |
| Área / Departamento de Atuação: Área de Gestão e Negócios |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |

|   |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
|---|----------|--------------------------|-------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Nome: Professor mediador a distância                      |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
| <input type="checkbox"/>                                  | Servidor | <input type="checkbox"/> | Aluno | <input type="checkbox"/> | Parceiro externo | <input type="checkbox"/> | Voluntário externo |
| Telefone:   |          |                          |       | e-mail:                  |                  |                          |                    |
| Área / Departamento de Atuação: Área de Gestão e Negócios |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |

|   |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
|---|----------|--------------------------|-------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Nome: Professor mediador a distância                      |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |
| <input type="checkbox"/>                                  | Servidor | <input type="checkbox"/> | Aluno | <input type="checkbox"/> | Parceiro externo | <input type="checkbox"/> | Voluntário externo |
| Telefone:   |          |                          |       | e-mail:                  |                  |                          |                    |
| Área / Departamento de Atuação: Área de Gestão e Negócios |          |                          |       |                          |                  |                          |                    |

|   |          |  |       |         |                  |  |                    |
|---|----------|--|-------|---------|------------------|--|--------------------|
| Nome: Professor mediador a distância                      |          |  |       |         |                  |  |                    |
|   | Servidor |  | Aluno |         | Parceiro externo |  | Voluntário externo |
| Telefone:   |          |  |       | e-mail: |                  |  |                    |
| Área / Departamento de Atuação: Área de Gestão e Negócios |          |  |       |         |                  |  |                    |

|   |          |  |       |         |                  |  |                    |
|---|----------|--|-------|---------|------------------|--|--------------------|
| Nome: Professor mediador a distância                      |          |  |       |         |                  |  |                    |
|   | Servidor |  | Aluno |         | Parceiro externo |  | Voluntário externo |
| Telefone:   |          |  |       | e-mail: |                  |  |                    |
| Área / Departamento de Atuação: Área de Gestão e Negócios |          |  |       |         |                  |  |                    |

### 37 Referências Bibliográficas:

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE VENDAS DIRETAS - ABEVD. **Dados e Informações**. 2020. Disponível em: <<https://www.abevd.org.br/noticias-e-informacoes/dados-e-informacoes/>>. Acesso em 28 de mai. 2020.

LIBÂNEO, José Carlos. **Didática**. Cortez Editora: São Paulo, Coleção Magistério 2º Grau Série Formando Professor, 1994.