

Ricardo  
303200685  
Clique aqui para ver o perfil  
Sair

|                                                                |                            |                            |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| RA: 303200685                                                  | NOME: RICARDO TADEU GROSSI | SIT.: FORMADO - REGULAR    |
| SÉRIE: 04/A                                                    | TURNO: NOTURNO             | UNIDADE: CAMPUS VILA MARIA |
| AASS: 2005/01                                                  |                            |                            |
| CURSO: 10223 - VERSÃO: 032 - TECNOLOGIA EM GESTÃO DE MARKETING |                            |                            |
| QTD. PARCELA(S): 0 parcela(s)                                  |                            |                            |

Consulta realizada em 19/04/2016 às 00:21:25

**HISTÓRICO ESCOLAR**

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE MARKETING

Nome: RICARDO TADEU GROSSI

Nacionalidade: BRASILEIRA

RG Nº: 24.250.043-2

Naturalidade: SÃO PAULO

U.F.: SP

Data de Nascimento: 03/11/1977

**PROCESSO SELETIVO**

Instituição: CENTRO UNIVERSITÁRIO NOVE DE JULHO - UNINOVE

Data: 28/06/2003

Classificação: 19ª

| Sem.                          | Ano  | Disciplinas                                        | Média                                    | C.H.     | Situação |
|-------------------------------|------|----------------------------------------------------|------------------------------------------|----------|----------|
| 2ª                            | 2003 | ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA                        | 7                                        | 80       | A        |
| 2ª                            | 2003 | ECONOMIA E MERCADO                                 | 6                                        | 80       | A        |
| 2ª                            | 2003 | GESTÃO EMPRESARIAL                                 | 7                                        | 80       | A        |
| 2ª                            | 2003 | PRINCÍPIOS ÉTICOS NO MARKETING                     | 8                                        | 80       | A        |
| 2ª                            | 2003 | PROJETO EM ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA             | 10.00                                    | 80       | A        |
| 2ª                            | 2003 | RELAÇÕES SÓCIO-CULTURAIS                           | 8.5                                      | 80       | A        |
| 1ª                            | 2004 | AValiação DE MERCADO E CONCORRÊNCIA                | 8.00                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2004 | COMPORTAMENTO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO              | 8.00                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2004 | ESTATÍSTICA                                        | 8.00                                     | 40       | A        |
| 1ª                            | 2004 | MARKETING EM ÁREAS ESPECIAIS                       | 8.50                                     | 40       | A        |
| 1ª                            | 2004 | PLANEJAMENTO E CONTROLE DE MARKETING               | 8.00                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2004 | PROJETO EM CONTROLE DE MARKETING                   | 8.00                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2004 | PROPAGANDA NO MARKETING                            | 8.50                                     | 40       | A        |
| 1ª                            | 2004 | RELAÇÃO COM OS PROCESSOS DE PRODUÇÃO               | 8.50                                     | 40       | A        |
| 2ª                            | 2004 | ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO               | 7.50                                     | 80       | A        |
| 2ª                            | 2004 | ESTRATÉGIAS DO MIX DE MARKETING                    | 9.50                                     | 80       | A        |
| 2ª                            | 2004 | LOGÍSTICA E MARKETING REVERSO                      | 9.00                                     | 80       | A        |
| 2ª                            | 2004 | PESQUISA DE MARKETING                              | 7.00                                     | 80       | A        |
| 2ª                            | 2004 | PROJETO EM APLICAÇÃO DE MARKETING                  | 8.00                                     | 80       | A        |
| 2ª                            | 2004 | SISTEMAS DE ORGANIZAÇÃO                            | 9.00                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2005 | ATIVIDADES COMPLEMENTARES                          | CUMPRIU                                  | 160      | A        |
| 1ª                            | 2005 | GESTÃO DE SERVIÇOS                                 | 5.50                                     | 40       | A        |
| 1ª                            | 2005 | MARKETING DE RELACIONAMENTO                        | 8.00                                     | 40       | A        |
| 1ª                            | 2005 | MARKETING GLOBALIZADO                              | 7.50                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2005 | NEGÓCIOS EMPRESARIAIS                              | 8.00                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2005 | NOVAS TENDÊNCIAS NO MARKETING                      | 8.00                                     | 40       | A        |
| 1ª                            | 2005 | PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM PROJETO DE MARKETING | 7.50                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2005 | PROJETO EM MARKETING INTEGRADO                     | 5.00                                     | 80       | A        |
| 1ª                            | 2005 | RELAÇÕES JURÍDICAS                                 | 7.50                                     | 40       | A        |
| CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO: |      |                                                    |                                          | 2080 h/a |          |
| DATA DE COLAÇÃO DE GRAU:      |      |                                                    | DATA DE EXPEDIÇÃO DO DIPLOMA: XX/XX/XXXX |          |          |

**OBSERVAÇÕES:**

**CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO:** O PROCESSO DE AVALIAÇÃO DESTA INSTITUIÇÃO CONSIDERA APROVADO O ALUNO QUE OBTIVER FREQUÊNCIA IGUAL OU SUPERIOR A 75% (SETENTA E CINCO POR CENTO) E QUE ALCANCE A SEGUINTE MÉDIA: ATÉ 2007 GRAU NUMÉRICO IGUAL OU SUPERIOR A 7,00 (OU 5,00 CASO O ALUNO TENHA REALIZADO EXAME) E, A PARTIR DE 2008, IGUAL OU SUPERIOR A 6 (SEIS).

O presente documento não contém emendas ou rasuras. Ficam para todos os efeitos inválidos os espaços inutilizados.

**LEGENDA**

|     |                           |
|-----|---------------------------|
| AMG | Aguardando Média Global   |
| A   | Aprovado                  |
| AC  | A Cursar                  |
| AE  | Aproveitamento de Estudos |
| C   | Cursando                  |
| RN  | Reprovado por Nota        |
| RF  | Reprovado por Faltas      |

São Paulo, 19 de abril de 2016.