



## ÍNDICE

### Estratégias Comerciais para Captação e Retenção de Alunos VI

<b>1. ANÁLISE S.W.O.T.</b> .....	<b>01</b>
1.1. Ameaças x Oportunidades .....	01
1.1.1. Ameaças.....	01
1.1.2. Oportunidades .....	07
<b>2. DESEMPENHO</b> .....	<b>08</b>
<b>3. APOIO AOS ALUNOS</b> .....	<b>09</b>
3.1. Universidade Presbiteriana Mackenzie .....	09
3.2. Faculdade La Salle de Lucas do Rio Verde-MT .....	09
<b>4. CURSOS LIVRES</b> .....	<b>10</b>
4.1. Faculdade Cathedral .....	10
4.2. Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara.....	10
4.3. Faculdade ASCES .....	10
4.4. Faculdade Centro Mato-Grossense - Facem.....	11
<b>5. DESCONTOS</b> .....	<b>11</b>
5.1. Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Cajazeiras - Facic .....	11
5.2. Universidade Estácio de Sá .....	12
5.3. Universidade Anhanguera (Marília).....	12
5.4. Universidade Positivo.....	12
5.5. ISCA Faculdades.....	12
5.6. Uninove .....	12
<b>6. CURSOS DE FÉRIAS</b> .....	<b>13</b>
6.1. Uniderp .....	13
6.2. Centro Universitário Filadélfia - Unifil.....	13

<b>7. PROGRAMAS EFICAZES DE VISITAÇÃO .....</b>	<b>13</b>
7.1. Universidade de Caxias do Sul - UCS.....	14
7.2. Unisul .....	14
7.3. PUCRS .....	14
<b>8. MODALIDADES DE CURSOS QUE DEVERÃO ATRAIR MAIOR DEMANDA NO ATUAL CENÁRIO ...</b>	<b>15</b>
8.1. Cursos semipresenciais.....	15
8.1.1. Universidade Estácio de Sá .....	15
8.2. Cursos a distância .....	15
8.2.1. Faculdade Cásper Líbero .....	16
8.2.2. Faculdade de Tecnologia CNA.....	16
8.3. Cursos modulares.....	16
8.3.1. Universidade Católica de Pernambuco .....	17
8.3.2. Universidade Metodista de São Paulo .....	17