

Vestibular ESPM 2012



ESPM 60

www.espm.br/vestibular

**QUANDO VOCÊ DESCOBRE,
COMEÇA A ACONTECER.**



Administração
Design
Jornalismo
Publicidade e Propaganda
Relações Internacionais

Inscrições de 7/5 a 29/6
Prova 1/7

ESPM 60

www.espm.br/vestibular

“Fundada em 1951, numa sala do MASP, por um grupo de publicitários, a ESPM talvez seja um dos maiores exemplos mundiais do sucesso de uma iniciativa particular e comunitária, que progrediu e gerou frutos sem que estivesse a serviço da produção de lucros para uma família, dividendos para acionistas ou que fosse tutelada pelo Estado com recursos dos contribuintes.”

J. Roberto Whitaker Penteado
Diretor-Presidente da ESPM



SEJA BEM-VINDO À ESPM. ESTE É O SEU NOVO MUNDO!



Entrar no terceiro grau é colocar-se em uma nova situação de aprendizado, em que suas escolhas e suas ações são fundamentais para a importante transformação que se espera dos jovens que, em breve, ingressarão de forma amadurecida na sociedade e, particularmente, no mercado de trabalho.

Esperamos que você saiba explorar ao máximo as inúmeras possibilidades que a ESPM oferece aos alunos, para que possa se transformar em um cidadão mais consciente e um profissional de sucesso em sua nova carreira: publicitário, designer, jornalista, administrador ou diplomata corporativo.

SUMÁRIO

Instruções aos Candidatos:

Informações importantes

Exame

Divulgação dos Resultados

Benefícios e Seguro Educacional

Cursos:

Administração

Publicidade e Propaganda

Design

Relações Internacionais

Jornalismo

Estrutura

Unidades de Apoio

Atividades Extra Sala de Aula

Contrato

Edital:

Vagas

Inscrições

Provas

Matrículas

Bolsa de Estudos

Documentos para Matrículas

Mensalidade / Reajuste

Observações

Programa da Prova

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

Dia do exame: 1º de julho de 2012.

Horário que você deverá chegar: 8 horas

Documento que você deverá trazer (sem o qual você não fará o exame):

Somente será permitida a realização do exame aos candidatos que portarem seu documento de identidade original. Na ausência de cédula de identidade expedida pela Secretaria da Segurança Pública, será aceito um dos seguintes documentos originais:

- Cédula de Identidade das Forças Armadas e da Polícia Militar;
- Cédula de Identidade para Estrangeiros emitida por autoridade brasileira;
- Certificado de Reservista;
- Carteira de Trabalho;
- Passaporte;
- Carteira de Motorista com foto;
- Cédula de Identidade fornecida por Ordem ou Conselho Profissional, como por exemplo, as do CREA e OAB;
- Os estrangeiros deverão necessariamente portar o RNE (Registro Nacional de Estrangeiro) original.

Os documentos de identidade RG ou outro documento oficial só serão aceitos se for possível a identificação do candidato, ou seja, se constar foto infantil ou indicação de não alfabetizado (impressão digital) não serão aceitos. Não aceitaremos protocolo de pedido de documento de identidade.

Serão impedidos de realizar a prova os candidatos que não apresentarem documento de identidade original e oficial no dia do exame.

ATENÇÃO: DOCUMENTO, SÓ ORIGINAL (CÓPIA, MESMO AUTENTICADA, NÃO SERÁ ACEITA).

Coordenação do Vestibular

INSCRIÇÕES

De 07 de maio a 29 de junho de 2012.

As inscrições serão feitas exclusivamente na WEB no site www.espm.br.

- Taxa de inscrição R\$ 150,00
- A taxa de inscrição é de R\$ 150,00 podendo ser paga no internet banking no cartão visa ou em qualquer agência bancária até o dia 22 de junho de 2012, com desconto de 13,3% (R\$ 130,00). Os candidatos que se inscreverem e pagarem a taxa a partir do dia 25 de junho de 2012 não terão o desconto.

Não há devolução da taxa de inscrição em hipótese alguma.

- Pede-se atenção especial ao procedimento de inscrição.
 - a) Preencha adequadamente os dados da ficha de inscrição no site, com atenção especial para a opção de curso.
 - b) Lembramos que para inscrever-se é necessário informar o número do CPF próprio ou do responsável financeiro e um e-mail.
 - c) Efetue o pagamento da inscrição até a data do vencimento através de:
 - Cartão Visa e Mastercard
 - Rede Bancária
 - Internet Banking
 - d) Apenas os candidatos inscritos poderão realizar o exame vestibular.
 - e) As pessoas portadoras de qualquer tipo de limitação ou necessidade especial participarão do vestibular em igualdade de condições com os demais candidatos. Contudo, é necessário, que o candidato nessa condição informe a instituição com antecedência mínima de 20 dias à realização do exame para que sejam tomadas as providências necessárias de acordo com a especificidade.

Observação:

Os candidatos que cursaram, ou que cursam, o ensino médio na rede pública brasileira, poderão solicitar o desconto de 50% na taxa de inscrição mediante apresentação de documentos comprobatórios na ESPM.

INSCRIÇÕES

Procedimento para conseguir o desconto:

[Clique aqui para saber mais](#)

Locais de Prova:

- No ato da inscrição, o candidato deverá escolher a localidade onde realizará a prova. A prova do Vestibular ESPM São Paulo 2012-2 será aplicada nas seguintes cidades: São Paulo (SP), Ribeirão Preto (SP), Campo Grande (MS) e Goiânia (GO).
- No dia 30 de junho de 2012, a partir das 16h, a ESPM divulgará os locais do exame no site da ESPM - www.espm.br. Confira o local do seu exame antes de sair de casa. Certifique-se que está portando seus documentos originais.

VAGAS

[Clique aqui para saber mais](#)

EXAME

Data e horário das Provas: 1º de julho de 2012, das 9h às 14h.

Os portões dos locais onde serão realizados os exames serão abertos às 8h e fechados pontualmente às 8h45. O candidato deve chegar ao local com 1 hora de antecedência. Não é permitida a entrada de candidatos após o fechamento dos portões em hipótese alguma. Em todos os locais a prova terá início às 9h (horário de Brasília), inclusive para a cidade de Campo Grande (MS).

No dia do exame todos os candidatos deverão trazer:

- Documento de Identidade oficial e original; Não serão aceitas cópias autenticadas em hipótese alguma.
- Comprovante de recolhimento da taxa de inscrição;
- Caneta esferográfica preta.

Instruções aos Candidatos

No ato da aplicação da prova, será conferida a identificação dos candidatos pelo documento de identidade original.

Não será permitida a entrada de alunos portando comunicadores eletrônicos de qualquer espécie.

Não será permitido o uso de bonés durante a realização da prova.

A prova terá duração máxima de 5 (cinco) horas.

A folha de resposta é personalizada e não poderá conter rasuras.

O candidato só poderá deixar o prédio após 2 (duas) horas, contadas do início da aplicação. O rascunho do seu próprio gabarito poderá ser levado somente após as 12h.

O caderno de questões será divulgado na internet posteriormente.

O rascunho da redação e o caderno de questões não poderão ser levados em momento algum.

Não haverá revisão de provas e nem discussão dos critérios de correção em hipótese alguma.

Atenção: Nem todas as provas são realizadas em um mesmo prédio; há mais de um local de exame. Confira o local de realização da prova no dia 30 de junho a partir das 16 horas.

REFORMA ORTOGRÁFICA: ORIENTAÇÃO AO CANDIDATO

As provas para esse processo seletivo serão redigidas de acordo com a reforma ortográfica vigente a partir de 1º de janeiro de 2009.

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

A listagem de classificação dos aprovados e da classificação geral será divulgada no dia 9 de julho de 2012 no site da ESPM: www.espm.br/vestibular

As matrículas serão efetivadas na sede da ESPM – Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 – Vila Mariana.

Chamada	Divulgação	Agendamento	Dias de Matrícula	Horários
1ª chamada	9 de julho	9 e 10 de julho	11 a 13 de julho 14 de julho (sábado)	Das 8h às 20h Das 10h às 15h
2ª chamada	18 de julho	18 de julho	19 e 20 de julho	Das 8h às 20h
3ª chamada	30 de julho	1º de agosto	1º de agosto	Das 8h às 20h

DECLARAÇÃO DE INTERESSE DE MATRÍCULA:

[Clique aqui para saber mais](#)

BOLSA DE ESTUDOS

[Clique aqui para saber mais](#)

MATRÍCULAS

[Clique aqui para saber mais](#)

PRÉ-MATRÍCULA

[Clique aqui para saber mais](#)

TESTE DE NÍVEL E PROVA DE PROFICIÊNCIA

[Clique aqui para saber mais](#)

SEGURO EDUCACIONAL

Seguro Educacional aos Alunos

O Seguro Educacional é um benefício oferecido pela ESPM oferece a todos os seus alunos, sem custo, para garantir a continuidade dos estudos no caso de eventualidade com responsáveis financeiros. Para obter esse benefício, o aluno precisa estar regularmente matriculado, sem pendência financeira e preencher uma Proposta de Adesão, entregar assinada a Secretaria no ato da matrícula. Com esta proposta assinada e entregue, e após análise e aceitação pela seguradora, o estudante passa ter cobertura garantida em caso de falecimento do responsável financeiro, invalidez permanente ou perda de renda, desde que cumpra o período de carência. O Seguro Educacional também oferece ao aluno uma exclusiva assistência 24 horas em

acidentes, sendo ele o próprio responsável financeiro ou não. Incapacidade física temporária.

Para esclarecimentos adicionais: acesse o site www.espm.br/seguroeducacional

Programa de Financiamento Estudantil - Fies

Em todas as unidades da ESPM, é possível que os alunos de graduação cadastrem-se no Programa de Financiamento Estudantil do Ensino Superior (FIES), do Ministério da Educação (MEC), e financie seus estudos em até 100% do valor da mensalidade. A taxa de juros oferecida no programa é a menor taxa de financiamento do mercado, 3,4% ao ano. As inscrições só poderão ser feitas virtualmente após a matrícula na Instituição e através do site sisfiesportal.mec.gov.br. Para esclarecimentos adicionais ligue gratuitamente 0800 616161 ou acesse: www.espm.br/fies

Vale alertar que de acordo com a legislação em vigor, aos estudantes interessados no financiamento do FIES será exigida participação no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), conforme portaria Normativa nº 12, de 06/06/2011, o estudante concluinte do ensino médio a partir de 2010, para solicitar FIES deverá participar do ENEM 2010 ou posterior. Quem concluiu o ensino médio antes de 2010, não precisa ter participado das edições do ENEM.

Crédito Educacional Solidário

O programa subsidia os estudos do aluno que sempre teve bom desempenho durante sua vida escolar.

Para Calouros: Classificação no vestibular, 1ª chamada.

Mais informações:

www.espm.br/Unidades/SaoPaulo/Graduacao/BeneficiosBolsas/Pages/Beneficios.aspx

Bolsa de Estudos – parceria ESPM/Fundação Estudar

A ESPM mantém parceria com a Fundação Estudar para alunos do 1º ao 6º semestre do curso de Administração.

www.estudar.org.br, eles investem em alunos talentosos.

Como participar:

www.espm.br/Unidades/SaoPaulo/Graduacao/BeneficiosBolsas/Pages/default.aspx

Início das aulas para todos os cursos:

As aulas para todos os cursos, calouros e veteranos começarão em 6 de agosto de 2012. O local da aula inaugural será informado aos matriculados no início de agosto de 2012.

ADMINISTRAÇÃO

Administrar é planejar, organizar, liderar e controlar o trabalho de pessoas e máquinas. Ser administrador é ser responsável por resultados de equipes, de empresas e de si mesmo. O administrador, todo o tempo, toma decisões, negocia e resolve problemas, buscando melhorar o desempenho dos recursos sob sua gestão e das organizações nas quais está integrado.

Para ser um bom administrador é necessário ter habilidades humanas, técnicas e conceituais.

As habilidades humanas (de liderança, relacionamento interpessoal, comunicação, entre outras) são necessárias para o sucesso do trabalho em equipe e em cargo de chefia.

As habilidades técnicas (de produção, finanças, marketing, recursos humanos e outras) propiciam o entendimento dos produtos e processos das áreas e do trabalho nas organizações.

E as habilidades conceituais permitem que se compreenda e entenda problemas complexos e inéditos, pois o mundo dos negócios muda constantemente, apresentando desafios sempre renovados com os quais o administrador tem que estar apto a lidar.

Curso

O curso de Administração na ESPM estrutura-se em sete eixos temáticos: Economia, Finanças, Gestão, Humanidades, Marketing, Métodos Quantitativos e Metodologia Científica.

Nos dois primeiros anos, que requerem dedicação integral, o estudante desenvolve cultura abrangente, competências analíticas e aprende os fundamentos da profissão. Nos dois anos seguintes, lecionados no período noturno, aprofunda seu conhecimento dos conceitos e amplia seu domínio de habilidades. Relaciona continuamente o que discute e faz em sala de aula com as práticas que encontra no dia a dia das organizações nas quais começa a trabalhar por meio de estágios.

O curso de Administração da ESPM se destaca dos concorrentes no aspecto de conteúdo e forma de ensino.

Com relação a conteúdo, ele se sobressai e se destaca pela profundidade com que são tratados os assuntos de marketing. No curso de Administração da ESPM, temas como gestão de marcas, comunicação com o mercado, pesquisa de marketing, entre outros, merecem disciplinas específicas, lecionadas por professores com experiência prática e boa formação teórica no

tema.

O fato de o curso de Administração da ESPM ter a maior carga de disciplinas de marketing entre todos os cursos dessa carreira no Brasil, não significa que ele seja defasado em outras áreas. Ele é muito concentrado em Finanças, Estatística, Logística, Gestão de Operações, Direito e Economia, atestado pelo fato de os bancos e as empresas de consultoria serem grandes recrutadores dos nossos formandos.

Com relação à forma de ensino, o curso de Administração da ESPM se distingue pela maneira interativa, dinâmica e centrada no aluno, que caracteriza as aulas. Na Escola, investimos muito no desenvolvimento dos professores, que passam por reciclagens constantes e contam com programas de orientação e suporte aos docentes. O resultado: os estudantes se declaram, ano após ano, nas pesquisas que realizamos, muito satisfeitos com o curso que têm.

O curso de Administração da ESPM é “puxado” e exige bastante do aluno. Exige dedicação exclusiva nos dois primeiros anos. Nesse período, o estudante tem atividades também à tarde na Escola e espera-se que permaneça nas suas dependências o dia todo, não sendo possível trabalhar durante essa fase. Exatamente como acontece nas melhores escolas do Primeiro Mundo.

A partir do quinto semestre, todos os alunos vão para o período noturno, fazem estágio em excelentes empresas durante o dia e encontram na ESPM uma aula diferente, integrada à atividade de estágio.

O estudante que apresenta deficiências em Matemática tem oportunidade de passar tudo a limpo: cursam, obrigatoriamente, disciplina de reforço ministrada na ESPM, em adição ao curso regular. A necessidade ou não de cursar tal disciplina é determinada por prova especial de proficiência em nível de segundo grau, que todos os alunos fazem. Esse objetivo é parte de um amplo projeto de melhoria do ensino quantitativo e visa diminuir os índices de reprovação em disciplinas de Estatística, Finanças e Economia, trazendo benefícios para o estudante e sua família.

O aluno estuda dois semestres de inglês como parte integrante da grade (no mínimo); alguns eventualmente precisam estudar mais. As aulas dessa língua ficam a cargo da Cultura Inglesa, com a qual a ESPM possui convênio e oferece aulas dentro do nosso campus aos nossos alunos. Mesmo que o estudante fale outras línguas, o inglês é necessário, pois é a língua dos negócios e da administração e seu domínio abre portas não só para oportunidades de trabalho, mas para uma infinita gama de livros, artigos e materiais

não traduzidos para o português.

Caso o aluno seja proficiente em inglês (BEC-higher ou CPE, ambos de Cambridge), basta apresentar o certificado à Escola e optar por estudar outras línguas à disposição no campus da ESPM: espanhol (intracurricular), francês e mandarim (extracurricular).

A recompensa por todo esse esforço é concreta: as empresas brasileiras oferecem à Escola mais vagas de estágio do que o estudante consegue preencher. O curso de Administração da ESPM tem um dos maiores índices de empregabilidade do formando no País, tendo recebido o Prêmio Guia do Estudante de Melhor Escola de Administração e Economia do Brasil em Empregabilidade, em 2006.

Mercado de trabalho

O mercado de trabalho para o profissional que se forma no curso de Administração é amplo e diversificado. As organizações contratam administradores para trabalhar em todas as áreas funcionais existentes: de marketing a finanças, de recursos humanos a produção, de logística a vendas. Administradores são úteis para empresas de todos os portes, de todos os tipos e ramos: serviços, indústrias, varejo, ONGs, multinacionais e nacionais. Sem falar nos que iniciam seus próprios negócios.

Sondagem recente da Confederação Nacional da Indústria (CNI) apontou que 66% das empresas brasileiras afirmam ter problemas para contratar mão de obra qualificada em administração e 71% em vendas e marketing. As análises de conjuntura sugerem que esse quadro de carência de profissionais dessas áreas deve se manter ou acentuar.

[illegible]

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Profissão

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (seu nome oficial no MEC) – ou Propaganda e Marketing (seu nome mais popular) – é procurado por aquele estudante, que inicialmente projeta futura atuação em agências de propaganda. Entretanto, o espaço profissional é cada vez mais amplo, promissor e desafiador, exigindo um nível mais profundo de conhecimento, competências e habilidades voltadas às áreas de marketing e comunicação de empresas nacionais e internacionais.

Na ESPM, preferimos chamar nosso curso de Comunicação com o Mercado. Nosso aluno forma-se com forte conhecimento de mercado, sólido embasamento em comunicação mercadológica e em suas diferentes áreas (propaganda, promoção de vendas, merchandising, comunicação digital, mídias sociais, marketing de relacionamento, eventos etc.). Dessa maneira, recebe consistente alicerce teórico e crítico, o que possibilita a experiência e a formação multidisciplinar, característica fundamental no ambiente competitivo atual. Além disso, esse é o único curso no Brasil que oferece um modelo de escolha por áreas de especialização, concomitantemente e no transcorrer do próprio curso. Isso permite ao estudante entrar com maior precisão no mercado de trabalho, com conhecimento e prática, em agências, consultorias, departamentos de marketing e comunicação das empresas, veículos de comunicação, empresas prestadoras de serviços ou em empreendimentos próprios.

Curso

A ESPM tem sua origem ligada à formação do primeiro curso de Propaganda no País (1951). Foi também a primeira escola a introduzir o Marketing em sua formação básica (nos anos 1970). Com a atualização constante nas tendências internacionais do marketing e da comunicação, a Escola oferece ao seu aluno um repertório de grande profundidade e aplicabilidade no mercado.

Do 1º ao 4º semestre, o curso é diurno. Nessa fase, o estudante cumpre uma carga maior de disciplinas voltadas para sua formação humanística e o estudo da comunicação mercadológica, para o entendimento do ser humano como pessoa, ser social e consumidor, dando espaço a uma formação criteriosa que prioriza a construção de um senso crítico e construtivo.

A partir do 5º semestre, as aulas passam a ser noturnas e o conteúdo apresenta forte embasamento nas principais tendências de marketing e comuni-

cação. É nesse momento que o aluno define a área em que irá especializar-se, podendo escolher entre quatro áreas de atuação:

- **Comunicação integrada (planejamento)** – o que há de mais atual no pensamento e nas práticas diferenciadas das principais arenas do mercado (esporte, moda, cultura, tecnologia, etc.) e áreas de comunicação como propaganda, comunicação e mídia digital, games, marketing de relacionamento, promoção de vendas, eventos, merchandising e comunicação com públicos de interesse. Conta com a parceria do Grupo de Planejamento de São Paulo.
- **Criação** – o ambiente de criação precisa ser compreendido a partir de uma visão mais ampla, aberta às principais possibilidades de linguagens no universo da propaganda, da promoção e das novas arenas de comunicação, sem esquecermos o exercício pragmático da direção de arte e da redação nesses contextos. Conta com a parceria do Clube de Criação de São Paulo e da Miami Ad School, na qual os alunos de criação da ESPM podem solicitar a realização do módulo Quarter Away em uma das unidades MAS da Europa ou dos Estados Unidos, após o término da graduação (via análise de portfólio e possível complementação de créditos).
- **Marcas, produtos e serviços (gestão)** – as marcas têm uma enorme importância e sua gestão, por meio da criação e desenvolvimento de produtos ou serviços, é um dos grandes diferenciais das empresas competitivas. Conta com a parceria de diversas empresas e institutos de pesquisa de mercado de renome internacional.
- **Trade marketing e varejo** – a maior parte das marcas hoje atua fortemente na área de distribuição e varejo, para a conquista ou manutenção de mercados. As ações de marketing e de comunicação nessas áreas ganham enorme importância. É um mercado crescente e carente de profissionais com visão estratégica e aplicada, tanto para atuar nas empresas distribuidoras e de varejo quanto nas agências especializadas.

Durante o curso, o aluno precisa realizar diversas atividades complementares para ampliação de sua formação. Várias delas são oferecidas na própria Escola, como as oficinas ESPM, Agência Arenas ESPM, ESPM Jr., Núcleo de Imagem e Som, ESPM Social (ligada às questões de responsabilidade socioambiental e sustentabilidade), Festival Nacional de Campanhas, Maratona de Criação ESPM, entre tantas outras, que colaboram para que o estudante amplie seu repertório e experimente sua vocação em diversas áreas, ainda

dentro da Escola. Muitas dessas atividades são realizadas em conjunto com os alunos de nossos cursos do Rio de Janeiro e do Sul e também com nossas parcerias internacionais.

Para ampliar a proficiência do linguajar técnico, as disciplinas Introdução ao Marketing, Composto de Marketing e Marketing Estratégico também são oferecidas em inglês. Durante o curso, a Escola oferece diversas modalidades de intercâmbios, de curta a longa duração, com universidades estrangeiras, proporcionando que o estudante tenha experiências internacionais diferenciadas em sua formação.

A modernização tecnológica também é um dos fatores que fazem com que o curso de Publicidade e Propaganda da ESPM continue sendo o mais completo e conceituado do Brasil. Além de estúdios diversos, o aluno tem à sua disposição um sofisticado sistema de convergência digital de som e imagem, utilizado pelas principais emissoras e produtoras de vídeo, e o Retail Lab – uma loja-laboratório exclusiva para estudo das práticas de varejo – e a Incubadora de Negócios, um importante suporte a projetos empreendedores dos alunos.

Mercado de Trabalho

O profissional de comunicação dispõe de um imenso leque de possibilidades no mercado nacional e até mesmo internacional. Esse mercado, há muito tempo, é bem maior e mais amplo do que apenas o universo das agências de propaganda. O curso de Comunicação da ESPM busca a formação de profissionais para atuar com destaque nas principais áreas do setor, em marketing e comunicação com o mercado.

O aluno é preparado para trabalhar em agências de propaganda, promoção de vendas, incentivos, merchandising, comunicação digital, marketing de relacionamento e comunicação integrada; em veículos de comunicação, tanto na área de marketing editorial quanto na área de marketing publicitário (relacionamento de agências de propaganda e anunciantes); e também nos chamados fornecedores de informações e conteúdos, institutos de pesquisa, produtoras de vídeo/áudio/área digital; ou, ainda, em promotoras de eventos. Historicamente, cerca de 90% dos formandos já saem da Escola atuando no mercado*. Desses, mais de 50% empregam-se nos departamentos de marketing e comunicação das melhores empresas; os demais se dividem entre as várias funções profissionais nas agências de comunicação e nos fornecedores de serviços ou à frente de seus projetos pessoais.

() Pesquisas internas efetuadas pelo Cintegra/SP.*

GRADE

GRADE CURRICULAR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - 2012/2.									
ESPM	1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre	7º Semestre	8º Semestre	
Eixos de Conhecimento									
Expressão	Comunicação e Produção Textual O Brasil e o contexto Intercultural	Linguagem e Análise do Discurso A construção da identidade Brasilera	Retóricas da Contemporaneidade	Responsabilidade Sociambiental e Sustentabilidade	Expressão Oral	Redação para projeto de graduação	Apresentação de Negócios		
Ambiente de Negócios			Economia		Gestão de Negócios		Administração de RH - Times		
Marketing (Mercadologia)	Introdução ao Marketing	Composto de Marketing Pesquisa I	Marketing Estratégico Pesquisa II	Plano de Marketing Pesquisa III		Trade Marketing*	Marketing de Nichos		
	Fundamentos da Comunicação	Semiótica aplicada à Comunicação	Gestão de Contatos com a Marca I	Gestão de Contatos com a Marca II		Arenas Digitais e Mídias Sociais I	Arenas Digitais e Mídias Sociais II		
Comunicação Mercadológica	Estrutura da Linguagem Visual	Arte, Pensamento e Criação	Fotografia I	Fotografia II	Marketing de Relacionamento	Abordagens Contemporâneas da Comunicação Mercadológica	Planejamento de Comunicação II		
	Elementos e técnicas de Comunicação com o Mercado	Planejamento Promocional I	Comunicação e Públicos de Marketing I	Planejamento de Comunicação I					
	Cenas Midiáticas	Produção Gráfica	Produção em RTVC I	Produção em RTVC II					
Formação do Raciocínio Qualitativo			Computação Gráfica II	Criação Digital I		Comunicação e práticas de consumo			
	Filosofia I	Filosofia II		Planejamento Promocional II					
	Sociologia	Antropologia	Psicologia	Comportamento do Consumidor					
Formação do Raciocínio Quantitativo	Lógica	Ética e Legislação							
	Estatística I	Estatística II		Finanças I	Finanças II		PGE I	PGE II	
Projeto de Graduação ESPM									
Atividades Complementares: 144 h/a Carga Horária Total: 3.348 h/a Horário: do 1º ao 4º semestre: período da manhã, das 7h20 às 12h50 do 5º ao 8º semestre: período da noite, das 19h30 às 23h00 * Os alunos da trilha de Trade MKT e Varejo não cursam a Disciplina de Trade Marketing.									
OPTATIVAS (escolhidas pelo aluno a partir do 5º semestre)									
Comunicação Integrada			Planejamento, Implementação e Controle de Propaganda	Planejamento, Implementação e Controle de Propaganda	Planejamento, Implementação e Controle de Eventos	Gestão de Contatos com a Marca - Ambiente, Planejamento e Negociação	Finanças Aplicadas a Comunicação Integrada		
Criação			Planejamento, Implementação e Controle de promoção de vendas e merchandising	Planejamento, Implementação e Controle de promoção de vendas e merchandising	Contextos Estratégicos I	Contextos Criativos	Programa de orientação ao portfólio - POP		
Marcas, Produtos e Serviços			Criação de Conceitos de Comunicação (Direção de Criação)	Criação Digital II	Produção digital I	Criação e Propaganda II - Comunicação	Criação, Promoção, Merchandising e Eventos I		
Trade MKT e Varejo			Gestão de Marcas, Prods. e Servs. no Mercado de Marketing (B2C)	Gestão de Marcas, Prods. e Servs. no Mercado de Marketing (B2C)	Inteligência Competitiva	Finanças Aplicadas ao Marketing II	Comportamento de Compra e Ger. de Categoria		
			Finanças Aplicadas ao Marketing I	Finanças Aplicadas ao Marketing I	Licenciamento	Gestão Estratégica do Varejo	Finanças Aplicadas ao Marketing III		

DESIGN

Profissão

Até, aproximadamente, 1980, o Design no Brasil era uma área restrita a poucos grupos. Os cursos superiores chamavam-se Desenho Industrial e o estudante escolhia sua habilitação entre Programação Visual ou Projeto de Produto. Com a modernização tecnológica associada às novas demandas da vida contemporânea, o design é visto hoje com outros olhos. Sua importância social e econômica consolida-se por meio de profissionais reconhecidos e destacados, nacional e internacionalmente, por boas escolas superiores de Design, por premiações, concursos, exposições, livros e outras publicações e eventos internacionais consagrados como o Festival Internacional de Cannes, que, em 2008, inaugurou a categoria Design entre suas premiações – e que, desde então, o Brasil vem recebendo prêmios e menções na modalidade.

Curso

O curso de Design da ESPM nasceu de um olhar abrangente para as atuais demandas e expectativas em relação às novas mídias, interfaces, ao panorama econômico e sociocultural brasileiro. Também pelo diferencial competitivo que o Design pode oferecer às organizações e ao desenvolvimento da sociedade como um todo.

O bacharelado em Design da ESPM tem habilitação em Comunicação Visual com ênfase em Marketing. Ou seja, o curso oferece ao aluno uma sólida formação em projeto e planejamento, em áreas conhecidas do Design Visual – gráfico e digital –, especialmente marcas e sistemas de identidade visual, embalagem, segmento editorial (projetos de livros, revistas e jornais), sinalização ambiental, design voltado à Web, Videografismo e 3D. O curso é permanentemente atualizado em seus conteúdos e didática, pensado de modo integrado e interdisciplinar, e associa teoria e prática do início ao final dos semestres, buscando formar um profissional apto a solucionar problemas, identificar oportunidades e relevâncias em seu contexto de atuação. Para isso, o estudante conta com professores altamente qualificados, que trazem experiência de mercado e acadêmica, compartilhando sua vivência e experiência.

O curso estrutura-se em três grandes eixos: Cultura e Fundamentação; Projeto; Gestão e Mercados. As áreas de estudo relacionam criação, linguagens e tecnologias, metodologia, planejamento e gerenciamento de Design. Dessa forma, proporciona a formação ampla e necessária para atuação num mercado que pede um profissional criativo e proativo, capacitado a criar e gerenciar projetos voltados para as pessoas.

O bacharelado em Design da ESPM distingue-se dos outros cursos superiores da área por também oferecer ao estudante uma visão de negócios que amplia sua formação específica em projetos. Essa visão é construída num trabalho que envolve disciplinas como Economia, Marketing, Finanças, junto com disciplinas de cunho estético, cultural e tecnológico.

Na ESPM, o aluno tem a possibilidade de participar de parcerias e projetos exclusivos, tanto ligados ao terceiro setor como em empresas, que também procuram a Escola na seleção de vagas para estágios e programas de trainees.

O estudante de Design da ESPM tem a oportunidade de exercitar suas práticas criativas, tanto em ateliê quanto em laboratórios de computação gráfica avançada, onde encontra recursos e infraestrutura para desenvolver-se e aprimorar-se. Há também as atividades de extensão: palestras, oficinas, encontros com profissionais, ciclos de cinema, Semana do Design, NID (Núcleos de Interesse em Design) - e mais uma grande rede de eventos, além dos concursos internos e externos. Nosso aluno pode participar também do programa de iniciação científica, da ESPM Jr., dos projetos voltados ao terceiro setor na ESPM Social e do programa de intercâmbio internacional com as escolas parceiras, algumas voltadas exclusivamente à área de Design.

O Programa de Estágio Supervisionado é outro diferencial importante no curso de Design da ESPM e uma grande oportunidade para a entrada no mercado de trabalho. Com início no 4º semestre, o estudante tem professores específicos para orientá-lo em entrevistas, currículos, portfólio e site pessoal. O aluno também pode participar como estagiário de várias áreas da Escola e, principalmente, do Design Lab ESPM – consultoria júnior a clientes externos e que também produz trabalhos experimentais e conta com a supervisão de professores com experiência acadêmica e de mercado.

No último ano, durante o 7º e 8º semestre, o estudante desenvolve o seu projeto final de graduação – o PGD (Projeto de Graduação em Design) – numa das quatro modalidades: Aplicado (corporativo), Científico (monográfico), Empreendedor ou Experimental. Pode escolher uma área de seu maior interesse num projeto autoral dentro do design gráfico ou digital, conectando a este conhecimentos de marketing que darão suporte e diferenciação ao seu trabalho, que será apresentado a uma banca final.

O designer contemporâneo deve procurar o desenvolvimento empreendedor, o trabalho em equipe e a gestão da criatividade, contribuindo com a melhoria socioeconômica, cultural e ambiental — sustentabilidade. A Escola incorpora essa visão em seu projeto pedagógico, propondo formas de aprendizagem que valorizem e reforcem essa visão. As competências do aluno são trabalhadas com o objetivo de formar um designer efetivamente preparado para o exercício da profissão, com uma visão multidisciplinar e sistêmica.

Mercado de Trabalho

A ESPM tem uma extensa rede de empresas parceiras que buscam e selecionam seus futuros profissionais diretamente na Escola. Depois de cumprir todos os desafios para a sua formação na ESPM, nosso formando sente-se apto a ingressar em um mercado e carreira em ascensão – considerada um dos campos de ponta para o século 21.

A formação do Designer na ESPM caracteriza-se por uma composição de conhecimentos culturais, técnicos, de projeto e gestão. Desse modo, estará preparado para atuar em escritórios de Design e de Arquitetura, agências de Comunicação e Propaganda – principalmente na direção de arte, em empresas nacionais e multinacionais –, especialmente na gerência de marcas; ou ainda em editoras e grupos empresariais ligados às áreas impressa, eletrônica e ambiental. Pode trabalhar também com criação e produção de embalagens e nos novos campos digitais como Web, motion graphics e 3D. Se desejar empreender seu próprio negócio para tornar-se um profissional autônomo na área do Design, poderá contar com o Núcleo de Empreendedorismo da ESPM.

A empregabilidade dos formandos tem sido, desde a primeira turma, sempre próxima aos 100%. Desses postos, mais de 80% ligados à economia de serviços em empresas dos mais variados portes e segmentos. A composição de conhecimentos construídos no decorrer do curso, junto a uma postura proativa do aluno, possibilita seu alto desempenho técnico, capacidade de interlocução e identificação da contribuição do Design com áreas afins – exercício fundamental para a gestão nos projetos de maior complexidade – e a definição dos caminhos da profissão no futuro.

GRADE

MATRIZ CURRICULAR - Bacharelado em Design com habilitação em Comunicação Visual com ênfase em Marketing - 2012/2				
1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	
Projeto Inicial (livre) - 4 cr	Projeto II (Identidade) - 4 cr	Projeto III (Cultura e Informação) - 4 cr	Projeto IV (Mundo Virtual) - 4 cr	
Filosofia - 4 cr	Comunicação e Linguagem I - 4 cr	Comunicação e Linguagem II - 4 cr	Semiótica Aplicada ao Design - 4 cr	
Fundamentos de Economia - 4 cr	Marketing I - 4 cr	Marketing II - 4 cr	Marketing III - 4 cr	
História da Arte - 4 cr	Módulo Representação II - 4 cr	Finanças I - 2 cr	Finanças II - 2 cr	
Linguagem Visual - 4 cr	Fotografia - 4 cr	Ergonomia - 4 cr	Mód. H - Web Design - 4 cr	
Módulo de Atividades NB - Representação - 10 cr	Fundamentos de Gráfica - 2 cr	Produção Gráfica - 4 cr	Módulo de Atividades NB - Gráfica - 10 cr	
	História do Design - 4 cr	Módulo de Atividades H - Cor e Percepção - 4 cr	Estágio Supervisionado I - 2 cr	
	Arte e Tecnologia - 4 cr			
30 créditos diurno	30 créditos diurno	26 créditos diurno	30 créditos diurno	
5º Semestre	6º Semestre	7º semestre	8º Semestre	
Projeto V (Lúdico) - 4 cr	Projeto VI (Ambiental) - 4 cr	Projeto VII A / PGD (livre) - 4 cr	Projeto VII B / PGD (livre) - 4 cr	
Estágio Supervisionado II - 2 cr	Análise Gráfica - 4 cr	Antropologia - 4 cr	Módulo English Seminars - 4 cr	
Ética e Legislação - 2 cr	Módulo de Atividades NB - Computação Gráfica - 6 cr	Marketing IV - 4 cr	Módulo de Atividades - Temáticas Repertoriais em Design e Marketing - 4 cr	
Psicologia do Consumo - 2 cr	Branding - 2 cr	Design Estratégico - 4 cr		
Módulo de Atividades NB - Imagem Eletrônica - 10 cr	Imagem em Movimento - 4 cr	Finanças III - 2 cr		
20 créditos noturno	20 créditos noturno	18 créditos noturno	12 créditos noturno	

Total de horas-aula disciplinares: 186 créditos / 3.348 horas-aula

ACOM Atividades Complementares: 144 horas-aula

Obs. 1: O estágio é obrigatório no curso de Design. A carga de estágio equivale a 10% sobre as horas-aula disciplinares, o que corresponde a 335 horas-aula, assim distribuídas:

Estágio Supervisionado I (4º semestre): 2 cred. - 36 h

Estágio Supervisionado II (5º semestre): 2 cred. - 36 h

Complementação do Programa de Estágio: 263 horas-aula

(As horas referentes à complementação de horas de Estágio devem ser feitas entre os 4º e 5º semestres)

Total de horas para a formação do Designer pela ESPM: 3.755 horas aula

Obs. 2: 1 crédito corresponde a 18 h-a e equivale a 15 horas-relógio

Obs. 3: Curso diurno - compreende atividades regulares no período matutino e atividades práticas em algumas tardes.

RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Profissão

A expressão diplomata corporativo torna transparente a ideia de que temos um estrategista empresarial que entende a dinâmica das relações internacionais e sabe fazer a negociação adequada. E, mais do que isso, é um profissional especializado, capaz de entender e influenciar variáveis externas não controláveis que afetam a competitividade das empresas e corporações pertencentes a determinado setor econômico ou grupo de empresas que esse profissional representa.

O diplomata corporativo é aquele profissional capaz de, além de possuir as competências tradicionais de um diplomata tradicional, ter também domínio dos conhecimentos em negócios como, por exemplo: administração, marketing, comunicação, gerência multicultural, finanças, métricas e modelagens de negócios (cálculo, estatística, contabilidade, avaliação de operações financeiras internacionais e finanças corporativas internacionais).

Curso

O curso de graduação em Relações Internacionais com Ênfase em Marketing e Negócios da ESPM foi estruturado de forma que o estudante não perca a identidade do curso de diplomacia. Além das disciplinas clássicas, como Direito, Economia e Ciência Política, acrescenta ao aluno uma vasta formação em Marketing Internacional, Finanças, Métricas e Modelagens de Negócios e Country Studies (eixo no qual a formação do estudante será focada para o estudo de Geografia dos Negócios Internacionais; Américas, Europa; África e Oriente Médio; Ásia e Oceania).

Na matriz curricular, o inglês e o espanhol são obrigatórios. No caso do inglês, é ministrado pela Cultura Inglesa; e espanhol, temos corpo docente próprio. O ensino de idiomas é focado para negócios. No início do curso, o estudante realiza teste de nível e, dependendo de sua classificação poderá ser dispensado. As turmas são organizadas de acordo com o nível dos estudantes. Há também oferta extracurricular do ensino de francês pela Aliança Francesa e ainda de italiano pelo Icib (Instituto Cultural Ítalo-Brasileiro).

Mais de 50% das disciplinas da matriz curricular são ministradas em inglês e ou espanhol. O número de disciplinas lecionadas em inglês é crescente conforme o semestre, ou seja, começa no terceiro semestre com um número reduzido e vai aumentando no decorrer dos outros semestres.

A carga horária total do curso é de 3.744, ou seja, de 208 créditos. No entanto, a distribuição das disciplinas é decrescente. Do primeiro ao quarto

semestre a carga horária é mais elevada, e durante os quatro últimos semestres é decrescente, concentrando as aulas na terça, quarta e quinta-feira. A partir do quinto semestre, o estudante tem um conjunto de oito créditos eletivos obrigatórios que é denominado na matriz como sendo Módulos eletivos – isso possibilita ao estudante ampliar sua especialização.

E assim faz com que o curso seja singular quando comparado aos demais existentes, pois a vocação da escola, tradicionalmente, é formar executivos para o mercado nacional e internacional.

O aluno, com a formação do curso de graduação em Relações Internacionais da ESPM, agregará, ao final da sua formação, três características básicas: gestor de negócios internacionais, gestor de marketing internacional e gestor de pessoas – capacidades fundamentais para um diplomata corporativo, que terá como campo de trabalho o mundo dos negócios.

O curso de Relações Internacionais da ESPM é totalmente inovador. A maioria dos cursos existentes não foca a área de marketing e negócios com carga horária significativa quanto o curso da escola. Na matriz curricular da ESPM há uma expressiva carga horária destinada a Marketing, Finanças, Métricas e Modelagens de Negócios e Country Studies. Vale ressaltar que, além de multidisciplinar, o curso da ESPM busca ensinar o estudante a “andar com as próprias pernas”. Em outras palavras: equipá-lo para a transposição de conhecimento que o permitirá adaptar-se às situações concretas de ação e decisão que marcarão sua carreira como gestor.

Para isso, o curso fará com que seu aluno desenvolva projetos concretos que possam ser utilizados em situações reais, não só capacitando-o para as diversas tarefas e situações cotidianas, mas adicionando competências como flexibilidade e capacidade de gestão e uma preparação específica para elaborar e implementar estratégias de marketing. O curso reafirma a visão inovadora da ESPM. Mais do que nunca, estamos antenados com as tendências e oportunidades oferecidas pela integração mundial.

O curso de Relações Internacionais da ESPM tem duração de quatro anos, ou seja, oito semestres. No primeiro ano, o período é integral; no segundo, é matutino; e no terceiro e quarto anos, o período é noturno. Como já foi afirmado, há possibilidade de o estudante efetuar estágios internacionais de curta duração (dois meses) ou até um semestre. No caso de o aluno realizar estágio de curta duração, isso não compromete a conclusão do curso em oito semestres. Já no caso de ele optar por estágios internacionais de seis meses, a integralização do curso passa de oito para nove semestres.

Há também a possibilidade de o aluno fazer uma dupla titulação. A escola possui uma parceria com a Universidade Antonio de Nebrija (Madri), possibilitando ao estudante de Relações Internacionais conseguir o diploma brasileiro e o espanhol, passando a ter um diploma universitário reconhecido no âmbito europeu.

A ESPM conta com um departamento próprio denominado Cintegra, o qual tem o objetivo de buscar e ofertar vagas de estágios nacionais e internacionais, além de um escritório da Aiesec e parcerias, por exemplo, com a STB e Blue Gate.

Mercado de Trabalho

Ocupar cargos nas áreas comerciais e administrativas de empresas voltadas para o comércio exterior ou de caráter multinacional, com operações em vários países, bem como de pequenas e médias empresas que desejam ampliar suas perspectivas de negócio, engajando-se no esforço exportador, com a tarefa de: preparar estratégias de marketing em ambiente de negócios internacionais; efetuar acordos, avaliação econômico-financeira e relações jurídicas internacionais; elaborar planejamento estratégico de Marketing Internacional; gerir finanças de mercado e gestão de marcas internacionais; propor estratégias diplomáticas na área de negócios; e planejar a comunicação com mercados internacionais.

GRADE

GRADE CURRICULAR - 2012/2
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS COM ÊNFASE EM MARKETING E NEGÓCIOS

DISCIPLINA	1ª SEMESTRE	2ª SEMESTRE	3ª SEMESTRE	4ª SEMESTRE	CREDITOS	h/a
RINT	Introdução às Relações Internacionais	Teoria das Relações Internacionais	Organizações Internacionais	Geopolítica	4	72
	Geografia dos Negócios Internacionais	História das Relações Internacionais Contemporâneas	Política Externa Brasileira	Análise do Processo Decisório	2	36
	História das Relações Internacionais Modernas			Logística Internacional	4	72
					2	36
AMTC	Fundamentos de Marketing	Marketing Mix	Marketing e Estratégia Empresarial	Planejamento Estratégico de Marketing Internacional	4	72
CSDC	Filosofia Política Moderna	Ciência Política	Política no Brasil Contemporâneo		2	36
	Sociologia das Relações Internacionais		Antropologia (Cultura e Globalização)		2	36
CTST	Country Studies 1 - América	Country Studies 2 - Europa	Country Studies 3 - África e Oriente Médio	Country Studies 4 - Ásia e Oceania	2	36
MODE		Cálculo Diferencial e Integral	Estatística	Contabilidade empresarial	4	72
ECON	Introdução à Economia	Microeconomia	Microeconomia	Comércio Internacional	4	72
				Economia Política Internacional	4	72
DIRT		Fundamentos de Direito Internacional	Direito do Comércio Internacional	Direito dos Negócios Internacionais	4	72
PRD	Inglês I	Inglês II			4	72
	Espanhol I	Espanhol II			4	72
PGF	Argumentação e Linguagem I	Argumentação e Linguagem II			2	36
	Introdução a Métodos e Técnicas de Pesquisa				2	36
TOTAL	38	684	38	684	30	540
DISCIPLINA	5ª SEMESTRE	6ª SEMESTRE	7ª SEMESTRE	8ª SEMESTRE	CREDITOS	h/a
RINT	Política Internacional	Negociações Internacionais	Internacionalização de Empresas	Crise Global	4	72
				Problemas Estratégicos Contemporâneos	4	72
AMTC	Marketing de Serviços	Gestão de Marcas Internacionais	Marketing e Vendas Internacionais		2	36
MODE	Análises de Operações Financeiras Internacionais	Finanças Corporativas Internacionais	Gestão Multicultural		2	36
ECON	Economia Brasileira					
PGF		Elaboração de Projetos	PGI 1	PGI 2	4	72
MINURS	Módulo Ensino 1	Módulo Ensino 2			4	72
TOTAL	18	324	14	232	12	216

Creditos		Horas	
Disciplinas	192	3.456	
Estágio Supervisionado	10	180	
Trabalho de Conclusão de Curso	20	360	
TOTAL DE HORAS ALTA DO CURSO	210	3.780	

Obs.: 1 crédito corresponde a 18 h/a e equivale a 15 horas-aula

JORNALISMO

A Profissão

O jornalismo é uma profissão voltada ao interesse público. É preciso que o profissional tenha uma conduta balizada pela ética, utilize com segurança as tecnologias da informação e da comunicação e seja um avaliador permanente da sua própria produção.

O jornalista atua diretamente em todo o processo informativo, ou seja, investigação, apuração, redação, edição e publicação de matérias nos diversos veículos de comunicação e empresas.

Atualmente, com o rápido desenvolvimento das tecnologias, surgiram novas mídias e as tradicionais se reconfiguraram, ampliando o mercado de trabalho para o jornalista. As mídias digitais e a interatividade possibilitam linguagens que, necessariamente, o jornalista deve conhecer para poder aplicá-las com responsabilidade e profissionalismo.

O Curso

A concepção e a estruturação do curso de Jornalismo da ESPM foram pautadas em duas grandes linhas: a análise das melhores práticas dos mais consagrados cursos de jornalismo do País e uma ouvidoria das principais lideranças e empresas nacionais empregadoras dos profissionais, como jornais, agências de comunicação e assessorias de imprensa.

Acabou o tempo em que o jornalista exercia apenas sua função nas redações. Nos dias atuais, é cada vez mais comum o jornalista trabalhar, ora na redação, ora na assessoria de imprensa/comunicação de uma corporação ou organização pública. Um segundo ponto é que, hoje, o profissional deve estar capacitado para atuar em diferentes mídias e com a convergência tecnológica. Nessa perspectiva, o curso de Jornalismo da ESPM forma profissionais para exercer atividades em redações dos mais diversos tipos de veículos de comunicação. Ao mesmo tempo, oferece ampla visão do ambiente de negócios, possibilitando a atuação na comunicação corporativa, por meio das assessorias de imprensa e de comunicação ou da área de divulgação institucional nas próprias organizações.

Quatro núcleos compõem o currículo do curso: o primeiro refere-se à Formação básica, que reúne disciplinas de fundamentação humanística e de embasamento conceitual e cultural indispensáveis para a compreensão crítica das várias áreas da ciência da comunicação e de outras ciências que lhe agregam conhecimentos.

O segundo é o de Profissionalização e Instrumentação em Jornalismo, que agrupa as disciplinas específicas do jornalismo. Com essas, há uma evolução desde os fundamentos teóricos até o domínio dos conceitos e técnicas das principais ferramentas do fazer jornalístico, propondo um elevado grau de conhecimento teórico e de experiência no seu futuro campo de atuação.

Já o terceiro, de Comunicação Corporativa, abrange as disciplinas cujo aprendizado vai permitir ao aluno desenvolver intimidade com as especificidades e demandas das organizações que servirão como campo de atuação profissional nas áreas de assessoria de comunicação, comunicação institucional ou comunicação corporativa em geral, facilitando o diálogo e as inter-relações com os diversos públicos de interesse com os quais se relacionam as organizações na sociedade contemporânea.

O quarto núcleo, que trata da Comunicação com o mercado, dispõe de disciplinas cuja aprendizagem vai subsidiar o desenvolvimento de conhecimentos para que o formando atue de modo coerente com o ambiente de mercado em que se situam tanto as empresas jornalísticas quanto as organizações em geral, nas quais ele poderá atuar como profissional de comunicação responsável pela relação entre a organização e seus públicos.

Nos quatro primeiros semestres, o aprendizado acontece no período diurno, compreendendo uma carga horária maior, pois durante esse período o aluno estuda conteúdos teóricos e práticos, simultaneamente, para prepará-lo na profissão. Na segunda parte do curso, as aulas são oferecidas no período noturno, permitindo que ele tenha a possibilidade de estagiar, enquanto aprimora sua formação. Ao final do curso, elabora-se o projeto de graduação em jornalismo, caracterizado por um trabalho que, efetivamente, marca o rito de passagem do aluno para o ambiente profissional.

A infraestrutura, que dá suporte ao curso, é similar à utilizada pelas principais emissoras e produtoras do País. O aluno conta para a prática profissional com estúdios de TV, rádio, redação, fotografia analógica e digital, além de um sistema de convergência de som e imagem.

O Mercado de Trabalho

Ao concluir o curso de Jornalismo da ESPM, o novo profissional estará apto para múltiplas possibilidades de atuação, podendo, por exemplo, ser repórter, redator, editor, assessor de imprensa, comentarista ou correspondente internacional. Poderá atuar em jornais, emissoras de rádio e televisão, revistas, portais, blogs e demais meios de comunicação e,

Cursos

ainda, em agências de comunicação, assessorias de imprensa, consultorias de comunicação e órgãos públicos, empreender seu próprio negócio e gerenciar equipes.

GRADE

GRADE CURRICULAR DE JORNALISMO - 2012/2							
ESPM	1º Semestre Disciplinas	2º Semestre Disciplinas	3º Semestre Disciplinas	4º Semestre Disciplinas	5º Semestre Disciplinas	6º Semestre Disciplinas	7º Semestre Disciplinas
Eixos de Conhecimento	Profissionalização e Instrumentação em Jornalismo	Linguagem Jornalística I Introdução ao Jornalismo História da Imprensa no Brasil	Linguagem Jornalística II Infográficos Produção Gráfica Fotografia	Oficina I (Impresso) Projeto Gráfico (Diagramação e Editoração Eletrônica) Técnicas de Entrevista e Pesquisa em Jornalismo Teorias do Jornalismo Fotojornalismo Gêneros Jornalísticos	Oficina II (Áudio) Produção e Edição de Áudio Perspectiva Crítica da Notícia	Oficina III (Imagem) Produção e Edição de Áudio Produção e Edição de Imagem Ética e Legislação Jornalística	Oficina IV (Meios Interativos) Agência de Notícias e Política da Informação Edição para Internet Comunicação Digital Mídia Regional (Cenários)
Comunicação com o Mercado	Estatística Introdução ao Marketing	Pesquisa Quantitativa e Qualitativa Composto de Marketing	Diagnóstico Estratégico de Marketing	Finanças de Mercado Plano Estratégico de Marketing Gerenciamento de Marcas Planejamento de Comunicação e Relacionamento com a Mídia	Workshop de Mercado	Comunicação com Públicos de Interesse Gestão de Empresas de Mídia	
Humanidades	Teoria da Comunicação I Filosofia Comunicação Comparada Sociologia Economia	Teoria da Comunicação II Ciência Política Macroeconomia Estudos Socioeconômicos e Políticos Brasileiros	Antropologia Geoeconomia Internacional	Estética e Comunicação			
Comunicação Corporativa		Assessoria de Imprensa Comunicação e Sustentabilidade	Comunicação Corporativa	Comunicação e Instituições Públicas	Comunicação Interna Gerenciamento de Crise e Reputação Relações Públicas Cenários e Tendências Culturais	Projeto de Graduação em Jornalismo - PGJ I	Projeto de Graduação em Jornalismo - PGJ II

Atividades Complementares: 144 h-a
Carga Horária Total: 3.492 h-a

Horário - do 1º ao 4º semestre: período da manhã, das 7h20 às 12h50
do 5º ao 8º semestre: período da noite, das 19h30 às 23h00

BIBLIOTECA CENTRAL

É dotada de: salas de estudos, vídeo e bases de dados, terminais de acesso à internet e de consultas ao banco de dados. Oferece aos alunos condições adequadas à pesquisa, com inúmeras fontes de informações. Totalmente modernizada, a biblioteca conta com dezenas de milhares de exemplares de diversas áreas de conhecimento. Destacamos: 44.262 títulos de livros, 1.713 títulos de periódicos nacionais e estrangeiros em versão impressa, 4.330 títulos em DVD, 1.683 títulos em CD, 1.600 títulos em fitas de vídeo, diversas bases de dados nacionais e internacionais e monografias abrangendo as diversas áreas do conhecimento.

Além do acervo físico, a biblioteca mantém atualizados seus produtos e serviços, que seguem:

- **Filme B** – Boletim semanal on-line da Editora Filme B: traz um calendário de estreias de filmes, ranking dos mais assistidos nos cinemas brasileiros e americanos, além de informações exclusivas do mercado.
- **Normatização:** orientação aos usuários quanto aos princípios gerais de apresentação dos trabalhos acadêmicos, regidos por normas da ABNT e padrão institucional.
- **Ficha catalográfica:** elaborada conforme Código de Catalogação Anglo-Americano para o público acadêmico.
- **Clipping de notícias:** serviço enviado por e-mail, diariamente, composto por coletânea de artigos selecionados nas áreas de atuação da Escola a partir de periódicos impressos e on-line, que servem de apoio pedagógico aos professores.
- **Aula em cena:** boletim quinzenal que apresenta dicas de filmes e divulgado na intranet, portal da ESPM e Blackboard. Esse serviço, exclusivo para professores, traz cenas de filmes do acervo da biblioteca que podem ser utilizadas em sala de aula como complemento da disciplina lecionada. A cada edição são selecionados três filmes – de acordo com áreas de abrangência da ESPM.
- **Galeria de imagem:** banco de imagem que reúne, em um único espaço, os vários documentos que a biblioteca abriga no seu acervo nas áreas de propaganda e marketing cujo formato são imagens estáticas e em movimento.
- **Banco de publicações do corpo docente da ESPM:** esse projeto coloca à disposição de pesquisadores em geral documentos publicados pelos professores de todas as unidades da ESPM. É apresentado também um minicurrículo com o perfil de cada autor.

- **Novas aquisições:** divulga pelo Sistema Virtua o material incorporado ao acervo mensalmente.
- **DSI (Disseminação Seletiva da Informação):** é um serviço personalizado de alerta bibliográfico, que o usuário realiza pelo Sistema Virtua.
- **Comutação bibliográfica:** Programa de Comutação Bibliográfica (Comut), serviço de obtenção de fotocópias de artigos em revistas técnico-científicas, teses e anais de congressos nacionais ou estrangeiros nas diversas áreas do conhecimento, exclusivamente para fins acadêmicos.
- **Biblioteca digital de teses e dissertações da ESPM (Tede/IBICT):** a BDTDESPM reúne a produção científica do Programa em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing e disponibiliza para consulta, em formato eletrônico, o texto completo das dissertações de mestrado, por meio de busca simples e avançada por autor, título, orientador, membros da banca, assunto, resumo e data.
- **Banco de publicações do corpo docente da ESPM:** agrupa artigos, entrevistas e participação em eventos dos nossos professores de todas as unidades da ESPM.
- **Sumários de periódicos da ESPM:** são os sumários dos periódicos publicados pela ESPM, disponibilizados num espaço on-line. A pesquisa pode ser feita por autor, título e assunto em um mesmo ou em vários periódicos ao mesmo tempo, por busca integrada.

Bases de dados:

Marketing Science Institute - A organização se dedica a preencher as lacunas entre a teoria de marketing da ciência e a prática de negócios. Ela disponibiliza materiais de congressos internacionais na área, publicações de congressos, matérias de linhas de pesquisa, estudos e resultados das pesquisas e uma série de publicações das instituições associadas.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

OECD - Biblioteca on-line de livros eletrônicos, periódicos eletrônicos e bases estatísticas interativas. Está disponível a biblioteca eletrônica Source OECD que inclui periódicos, livros, bases estatísticas interativas e outras coleções publicadas pela OECD. É uma coleção multidisciplinar, cobrindo todas as áreas do conhecimento, com ênfase em economia e geografia econômica.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM.

Pyxis - É uma base de dados que apresenta o potencial de consumo (demanda) por família ou grupo de produtos de todos os municípios brasileiros. Essa base permite ao usuário identificar diferenças entre os 16 setores disponibilizados, as quatro classes socioeconômicas (A, B, C e D/E) e os 42 grupos de produtos. Além de permitir a visualização e consulta dos dados, o Pyxis conta também com dois módulos de análises.

- A principal análise oferecida pelo Pyxis é o cálculo da participação de mercado (market share) em cada área geográfica e em cada classe dentro da área escolhida;

- O programa também faz automaticamente o cálculo de metas de vendas para 2011, considerando a participação de mercado constante.

Local: São Paulo – Biblioteca Central.

Acesso: na sala de bases de dados.

Sage - É uma editora independente e internacional de revistas, livros e meios eletrônicos, conhecida pelo compromisso com a qualidade e inovação, é considerada líder mundial no mercado acadêmico, educacional e profissional. Sage Publications é um editor de publicação científica que fornece coleções de periódicos eletrônicos de diversas áreas do conhecimento.

A biblioteca disponibiliza as coleções em texto completo de comunicação e administração: Communication Studies (de 1955 até o presente) e Management & Organization Studies (de 1947 até o presente).

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

Science Direct - É uma base multidisciplinar de texto completo de periódicos e livros eletrônicos. Oferece acesso a publicações da Elsevier e de sociedades científicas parceiras e possui atualização diária. A coleção disponível para essa base é: Business Management and Accounting – nas áreas de gestão de empresas e contabilidade.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

World Politics Review (WPR) - É um banco de dados com ampla cobertura sobre política e negócios internacionais. Atualizado diariamente em www.worldpoliticsreview.com, o material fornecido dispõe de dados sobre questões globais com um aprofundamento diferente da abordagem da mídia tradicional.

World Politics Review inclui mais artigos originais escritos por uma rede de mais de 400 colaboradores de todo o mundo – especialistas em jornalismo, organizações de investigação, universidades, governo e outros.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM

A to Z - É uma ferramenta de busca que permite à biblioteca gerenciar seu acervo de periódicos eletrônicos, fornecendo aos usuários uma lista completa com os títulos de periódicos das bases de dados assinadas. A lista de periódicos pesquisáveis e de fácil navegação permite aos usuários rapidamente encontrar qualquer periódico ou recurso, mesmo aqueles imersos em grandes bases de dados. Esse serviço não possibilita o acesso ao texto completo.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

Arquivo da Propaganda - Banco contendo campanhas de propaganda para televisão, revista, jornal, rádio, outdoor, mídia exterior e outras mídias. Constitui eficiente conjunto de soluções em informações de mercado e concorrência com acervo de peças desde 1999.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: nas bibliotecas (acesso ao conteúdo desde 1999 até o mês atual), intranet e Blackboard (no acesso on-line, apenas as peças do mês).

Boletim Filme B - Especializado em números do mercado de cinema. Publica semanalmente em seu site informações do box office dos fins de semana, além de estatísticas do mercado e análises e tendências da indústria cinematográfica.

Locais: São Paulo – Biblioteca Central.

Acesso: na sala de bases de dados (solicitar login e senha).

IPC Maps - Composto por dados secundários, baseados em informações divulgadas pelo IBGE e tendo a classificação dos domicílios segundo o novo Critério de Classificação Econômica Brasil, esse banco de dados é desenvolvido pela ABA, Anep e Abipeme, em vigor desde agosto de 1997 e já incorpora a nova realidade econômica criada pelo Plano Real. O banco de dados Brasil em Foco possui informações sobre o consumo das populações urbanas e rurais, dados demográficos e a quantidade de empresas em cada município brasileiro.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM.

Cenários FGV - É um boletim trimestral, adequado para apoiar as decisões empresariais, apresentando de forma clara e objetiva a análise dos temas atuais e os prováveis cenários políticos, econômicos e governamentais, no curto e médio prazo. Cenários FGV contém a opinião dos mais reconhecidos pesquisadores e analistas de política e economia do Brasil, sendo elaborado

também em inglês.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

Datamonitor - Product Lunch Analytics possui informações dos últimos lançamentos de bens de consumo em massa no mercado global. Oferece um arquivo de produtos incluindo: fotos coloridas de cada produto, fabricantes, ingredientes, fragrâncias e aromas, valores nutricionais, nível de inovação, detalhes sobre a embalagem, preços de venda e países onde lançaram o produto.

Os dados dessa base permitem: identificar tendências e padrões de evolução de produtos e embalagens; verificar oportunidades de mercado; averiguar a demanda por ingredientes, sabores e fragrâncias por área geográfica; análise da competição – últimas inovações e tendências, produtos descontinuadas; informações globais atualizadas diariamente e dados históricos desde 1980.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

Ebsco Host - A empresa gerencia e dá acesso a serviços de assinaturas de periódicos impressos e eletrônicos de várias bases de dados. Fazem parte do Ebsco as seguintes coleções:

- **Business Source Complete:** é um banco de dados com uma coleção abrangente das principais revistas de negócios e textos acadêmicos desde 1886. Além disso, é possível pesquisar referências citadas em mais de 1.300 periódicos.
- **Communication & Mass Media Complete:** disponibiliza texto completo e resumos de mais de 570 títulos de periódicos e oferece uma cobertura completa na área de comunicação, mídia e áreas relacionadas.
- **Professional Development Collection:** é a mais completa coleção de revistas em texto integral de educação no mundo e abrange mais de 520 periódicos, incluindo mais de 300 com textos revisados e mais de 200 relatórios de ensino.
- **Entrepreneurial Studies Source:** oferece ao pesquisador acadêmico, bem como ao aluno, as percepções mais recentes sobre tópicos pertinentes a empresariado e pequenas empresas. Mais de 100 periódicos importantes, 150 livros de referência, estudos de caso, milhares de perfis de empresas e vídeos oferecem conteúdo para assuntos, tais como inovações, tomadas de riscos, obtenção de capital, marketing, planejamento de negócios, desenvolvimento de produtos, comunicações, gerenciamento, comportamento organizacional e muito mais.
- **Eric (Educational Resources Information Center):** é uma biblioteca on-

-line digital de pesquisa em educação e informação. Ela é patrocinada pelo Institute of Education Sciences (IES) do Departamento de Educação dos EUA. A Eric fornece acesso fácil à literatura em educação com o objetivo de apoiar a pesquisa em educação e uso de informações para melhorar a prática na aprendizagem, ensino, educação e tomada de decisão e de investigação.

- **Newspaper Source:** fornece textos completos selecionados de 40 jornais dos Estados Unidos e de outros países. A base também contém textos completos de transcrições de notícias de televisão e rádio.
- **Regional Business Review:** essa base de dados fornece cobertura abrangente de texto completo de publicações de negócios regionais. Regional Business News inclui a cobertura de mais de 80 publicações de negócios regional que abrange todas as áreas metropolitanas e rurais nos Estados Unidos.
- **Film & Television Literature Index with Full Text:** é a ferramenta on-line essencial para pesquisa de filmes e televisão. A cobertura de assuntos inclui teoria de filme e televisão, preservação e restauração, roteiro de filmes, produção, cinematografia, aspectos técnicos e resenhas. A base de dados fornece indexação de capa a capa e resumos de mais de 380 publicações (e cobertura selecionada de praticamente 300), bem como texto completo mais de 100 revistas especializadas e 100 livros. Além disso, o Film & Television Literature Index with Full Text abrange resenhas de filmes Variety, de 1914 até hoje, e mais de 36.300 imagens do MPTV Image Archive.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

Econômica - Ferramenta para análise de investimento em ações, atualizada por analistas das maiores instituições financeiras do mundo. Traz cotações, balanços, proventos e composição acionária de aproximadamente 1.000 empresas de capital aberto da América Latina e aproximadamente 448 empresas brasileiras com ações negociadas em Bolsa e também índices econômicos, tais como: IGP-M, IGP-DI, dólar, Ibovespa, FGV100, Dow Jones, IPC e outros.

Locais: São Paulo (BC e Pós) e Rio de Janeiro.

Acesso: Campus ESPM.

Emerald - A coleção da Emerald apresenta como foco o suporte à atuação na área de administração, negócios e afins. Para isso conta com publicações em diversas áreas como: economia, comércio exterior, gestão pública, gestão em saúde, turismo, educação, ética e legislação em negócios, engenharia, desenvolvimento sustentável, inovação, logística, biblioteconomia

e ciência da informação, administração, gestão da qualidade, marketing e recursos humanos.

A base de dados possui mais de 700 títulos, 200 periódicos, 300 livros, 200 séries de livros, além de uma grande variedade de produtos e serviços on-line, os arquivos com textos completos desde 1994 e resumos desde 1989.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

Euromonitor – GMID - É um acervo de informações e estatísticas por país, que inclui variáveis demográficas, econômicas e indicadores de estilo de vida para 205 países (histórico e projeção). Volume e valor de vendas de varejo para 330 produtos em 52 países (histórico e projeção). E 205 perfis de países analisados pelo Euromonitor. Dados de consumo internacional, por segmento de indústrias e serviços. Adicionalmente, 4.000 análises de bens de consumo por país ou globalmente.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

FISCOSoft - Sendo on-line, é um serviço de informações fiscais e legais prestado por meio da internet, especializado nas áreas: tributária federal, trabalhista, previdenciária e ainda tributária estadual (ICMS) e municipal. O produto possui ainda um acervo de soluções de consulta e de divergência, emitido pela Receita Federal do Brasil. São mais de 101.955 atos legais e milhares de decisões administrativas selecionadas.

Local: São Paulo (BC e Pós).

Acesso: nas bibliotecas (solicitar login e senha).

Ipsos – Sisen – Marplan - O banco de dados da Ipsos Marplan fornece o perfil de vários segmentos, reúne informações que permitem processamentos cruzados, tanto em hábitos de consumo e uso de serviços quanto em atitudes, hábitos de lazer, assuntos de interesse e mídia, que indicam claramente o comportamento de targets específicos, diminuindo os custos para os clientes.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Nas Bibliotecas e laboratórios de informática.

ISI – Internet Securities - Especializada em fornecer informações macroeconômicas, financeiras, setoriais, de empresas e de negócios sobre mercados emergentes, além de artigos. Assinamos a base voltada para o mercado da América Latina.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Jovedata - Base de dados que possibilita identificar e comparar qual é a melhor opção para veicular uma campanha. O usuário poderá verificar qual a rede e por qual emissora o município de interesse da campanha é coberto; ou, se preferir, poderá fazer uma análise do Estado e descobrir quais são as emissoras que o cobrem, listando dentro de cada uma das emissoras quais são os municípios cobertos. Permite acesso às tabelas com preços de veículos de comunicação de todo o Brasil, organizados, classificados e atualizados diariamente.

Local: São Paulo (BC e Pós).

JSTOR - Sistema on-line de arquivamento que disponibiliza coleções completas e multidisciplinares de centenas de revistas científicas, possibilitando o acesso ao texto integral dos artigos, a partir do primeiro número. O período de abrangência de cada título é variável, havendo uma defasagem de dois a cinco anos. A biblioteca tem acesso a dois arquivos:

- Art & Sciences: trata-se da primeira coleção produzida pelo JSTOR em 1997. Compreende o acervo completo de títulos reunindo 15 disciplinas, com a inclusão das mais importantes publicações de sociedades voltadas para as áreas de economia, história, ciências políticas, sociologia, assim como outros importantes títulos em ecologia, matemática e estatística.

Macrodados local - O banco de dados do Macrodados disponibiliza um amplo acervo de mais de 10.000 séries históricas de indicadores econômicos e financeiros. Todas essas séries são permanentemente atualizadas por nossa equipe a partir de suas fontes originais. O ambiente amigável do Macrodados facilita o acesso aos dados de interesse, que podem ser acessados por assunto ou localizados por meio de um mecanismo de busca.

No banco de dados você irá encontrar séries históricas anuais, trimestrais, mensais, quadrissemanais e diárias para os principais indicadores nacionais e internacionais, tais como:

- PIB, população, contas nacionais e produção industrial.
- Indicadores de atividade, taxas de desemprego, renda e vendas do comércio.
- Inflação (IPCA, IGP, IGPM, IPA, IPC, INCC, etc.), preços e tarifas públicas.
- Moeda, finanças públicas e dívida pública.
- Balanço de pagamentos, balança comercial, investimentos estrangeiros, reservas e dívida externa.

Estrutura

- Mercado financeiro, taxas de juros e taxas de câmbio.
- Indicadores de desempenho setorial.

Local: São Paulo (BC e Pós).

Acesso: nas bibliotecas e laboratórios de informática.

Macrodados on-line: É uma base de dados com mais de 10.000 séries históricas de indicadores macroeconômicos do Brasil e do mundo, com atualização permanente. Em um único site, você encontra dados produzidos por mais de 100 instituições diferentes. Os dados podem ser acessados por assunto, por fonte ou localizados por palavra-chave.

Locais: São Paulo (BC e Pós), Rio de Janeiro e Sul.

Acesso: Campus ESPM, intranet e Blackboard.

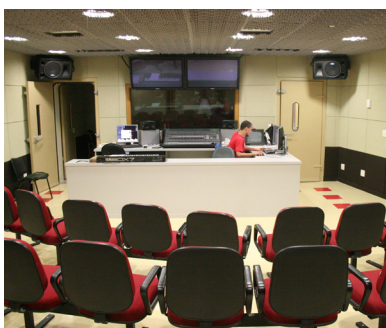
Central de CASES ESPM/Exame: a parceria entre a ESPM e a revista Exame (Ed. Abril) gera estudos das matérias jornalísticas da revista nas áreas de administração, marketing e comunicação, que podem ser utilizados por todas as escolas superiores do Brasil.



CENTRO DE INFORMÁTICA

São nove laboratórios de Informática, sete com base PC e dois com base Macintosh, com 30 máquinas em cada, todas interligadas à máquina do professor e com monitoramento por telão. Esses laboratórios, quando não estão em uso de aula, ficam abertos para uso dos alunos para estudo e realização de trabalhos. Alguns, inclusive, encontram-se conectados à internet.

Além disso, os computadores são atualizados e possuem softwares específicos para jogos de empresas, formando usuários capazes de realizar, encomendar e orientar execução de tarefas constantes no dia-a-dia de um profissional de Administração, Comunicação ou Design.



ESTÚDIO INTEGRADO DE IMAGEM E SOM

Os alunos da ESPM contam com uma excelente estrutura, completamente integrada digitalmente, amparada com modernos equipamentos de áudio e de vídeo, para captação, processamento e edição de spots, trilhas, jingles, vídeos, curtas, comerciais, etc., permitindo inclusive experimentar linguagens e conteúdos para as novas mídias. Este espaço é integrado digitalmente também com os Estúdios e Laboratórios Fotográficos destinados à realização de trabalhos nas várias linguagens publicitárias, tanto em tecnologia química (laboratórios) quanto digital (processamento digital de imagens). Uma equipe de professores e técnicos especialistas dá suporte aos alunos, através de aulas práticas e de apoio a projetos.



SALAS DE AULA

Todas as salas contam com computador (PC) de última geração, além de DVD, CD, vídeo, amplificador de som, e projeção em canhão (datashow), todos ligados à internet.



SALA TEMÁTICA DE MERCHANDISING

Espaço ambientado em escala, com gôndolas de supermercado e material promocional de marcas famosas. Assim, as aulas acontecem como se estivessem no próprio local de compra, com os alunos recebendo informações sobre os vários conceitos de merchandising e promoção no ponto-de-venda. Essa infraestrutura diferenciada, única no País, permite que os alunos vivenciem a realidade do mercado, aí também testando conceitos e formatos novos de comunicação.

UNIDADES DE APOIO

ARENAS | **ESPM**

prop•promo•digi•som e imag•etc

Agência Arenas ESPM: é um completo laboratório de Comunicação Integrada e produção de Som e Imagem. Os alunos de Comunicação Social e Design têm a oportunidade de estagiar nos novos formatos de agências e mídias, sempre orientados por professores e especialistas. Estruturada com os mais modernos equipamentos, atende, inclusive, clientes com trabalhos reais. É um primeiro momento para experimentar e testar a vocação do aluno.



Newronio e ESPM Digital: exploram as mais recentes tendências de comunicação e marketing. Através dos sites newronio.espm.br e www.espmdigital.com.br, alunos e professores publicam notícias, novas ideias, casos e referências.



Associação de ex-alunos: denominada Alumni, a Associação incentiva o relacionamento dos ex-alunos entre si e com a ESPM. Além do aspecto social, representado pela manutenção das amizades, essa rede de contatos é valiosa no momento da colocação no mercado de trabalho, uma vez que, nesse caso, a troca de informações entre os profissionais da área é fundamental. A associação também auxilia os ex-alunos de diversas maneiras como, por exemplo, oferecendo serviços de aconselhamento profissional.



CINTEGRA (Centro de Integração Aluno-Empresa): funciona como um elo entre os alunos e as empresas que necessitam de estagiários ou funcionários. Por meio desse núcleo, os alunos são preparados para todo o processo de colocação profissional, desde o envio do currículo até a negociação da proposta, passando pela entrevista, postura pessoal e desempenho adequado na empresa.



ESPM Social: é o órgão da escola voltado a causas sociais e assessoria às organizações do Terceiro Setor. Composto por alunos e professores, tem como objetivo principal ampliar a consciência e a responsabilidade social dentro e fora da escola, de uma forma prática e pró-ativa, com projetos de consultoria e desenvolvimento sustentável. Vencedora, em 2003, do Prêmio ABN AMRO/Banco Real, com um projeto social (em parceria com a UNIFESP – Escola Paulista de Medicina) no Vale do Ribeira/SP.



Empresa Júnior: é uma associação civil, sem fins lucrativos, formada e gerida essencialmente por alunos de graduação dos cursos de Administração e Comunicação, os quais prestam serviços de consultoria e desenvolvem projetos para empresas nas suas respectivas áreas, com nível profissional. Alguns dos principais clientes: Avaya, Cultura Inglesa, Motorola, Playland, Quicksilver, Tokio Marine, Universia, Kerry, Pró Recursos Humanos e APAE – São Paulo.

[Voltar para o sumário](#)

Agência de Jornalismo: um laboratório experimental do curso de Jornalismo da ESPM SP para produção de notícias em ambiente multiplataforma.

Design Lab: agência experimental que atua como um laboratório de criatividade e aprendizado em Design.

GameLab ESPM: espaço para pesquisa e experimentação lúdica, por meio de jogos e game design, nas frentes de interesse da comunicação e do marketing, atualizado com o cenário mercadológico contemporâneo.

Núcleo de Diplomacia Corporativa: do curso de RI, para pesquisa do ambiente global, internacionalização de empresas e economia criativa.

ATIVIDADES EXTRA SALA DE AULA

Grupo de Teatro ESPM: também chamado Grupo de Teatro Tangerina, conta com cerca de 70 participantes. Realiza ensaios permanentes e apresenta em média duas peças por ano.

Oficinas ESPM: cursos extracurriculares voltados para a prática e o desenvolvimento do potencial criativo individual. Nas Oficinas, os alunos têm aulas práticas ligadas à criação (layout, ilustração, etc.), marketing cultural, terceiro setor, promoção, eventos e outros, desenvolvendo projetos simulados, sempre sob a orientação de professores especializados.

Centro Acadêmico 4 de Dezembro e Diretório Acadêmico Guerreiro Ramos: são órgãos oficiais de representação dos alunos dos cursos de Comunicação Social, Design e Administração de Empresas, respectivamente. Cuidam dos interesses dos alunos, organizando e promovendo eventos e prestando serviços de caráter cívico, social, cultural e científico.

Associação Atlética Acadêmica ESPM: a Atlético ESPM é outro órgão representativo dos alunos. Tem como finalidade básica a organização de reuniões e eventos de caráter esportivo, tanto internos (treinos e amistosos) quanto externos (torneios como Economíadas, Universíadas e outros eventos interfaculdades).

TV Alunos ESPM: entidade que produz e veicula semanalmente os principais eventos e acontecimentos da Escola, reunindo alunos interessados nas áreas de criação e audiovisual.

Cieri ESPM: Conselho Institucional dos Estudantes de Relações Internacionais, entidade responsável pela representação do curso de RI perante a Federação Nacional dos Estudantes de Relações Internacionais (Feneri)

Aiesec ESPM: É uma rede global formada por jovens universitários e recém-graduados que, por meio do trabalho dentro da organização e de intercâmbios profissionais, estimula a descoberta e o desenvolvimento do potencial de liderança de seus membros para que impactem positivamente a sociedade.

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EDUCACIONAIS
DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO,
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE
E PROPAGANDA E JORNALISMO, DESIGN E
RELAÇÕES INTERNACIONAIS – 2012/2**

Nome:

Matrícula:

Curso:

Pelo presente instrumento, de um lado Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing, inscrita no CNPJ sob o no. 61.825.675/0001-64 com sede à rua Dr. Álvaro Alvim, 123 - Vila Mariana, nesta capital, mantenedora da Escola Superior de Propaganda e Marketing, doravante designada CONTRATADA, neste ato representada pelo seu representante legal, e de outro lado o aluno já identificado no requerimento de matrícula anexo, que é parte integrante do presente contrato, ou seu representante legal, doravante denominado CONTRATANTE, resolvem firmar o presente contrato, que mutuamente aceitam e outorgam, de conformidade com as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA: A CONTRATADA prestará ao CONTRATANTE seus serviços educacionais, no 1o. Semestre do ano letivo de 2012, para o curso e série a que tenha direito, requerido pelo CONTRATANTE, nos termos de seu Regimento Escolar, obedecido o que dispõe a legislação em vigor.

Parágrafo Único – A CONTRATADA colocará o Regimento à disposição do CONTRATANTE no site e na biblioteca da Escola.

CLÁUSULA SEGUNDA: Em contrapartida pelos serviços prestados pela CONTRATADA, o CONTRATANTE arcará com o pagamento de uma semestralidade de:

Curso de Relações Internacionais: R\$ 15.120,00 (Quinze mil cento e vinte reais), divididas em 06 (seis) parcelas iguais e sucessivas de R\$ 2.520,00 (Dois mil quinhentos e vinte reais) sendo a primeira no ato da assinatura do presente contrato e as demais, de agosto a dezembro.

Curso de Administração: R\$ 14.940,00 (Quatorze mil novecentos e quarenta reais), divididas em 06 (seis) parcelas iguais e sucessivas de R\$ 2.490,00 (Dois mil quatrocentos e noventa reais) sendo a primeira no ato da assinatura do presente contrato e as demais, agosto a dezembro.

Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo e Curso de Design: R\$ 14.760,00 (Quatorze mil setecentos e sessenta reais), divididas em 06 (seis) parcelas iguais e sucessivas de R\$ 2.460,00 (Dois mil quatrocentos e sessenta reais) sendo a primeira no ato da assinatura do presente contrato e as demais, de agosto a dezembro.

As semestralidades acima também poderão ser pagas à vista com 3% (três) por cento de desconto no ato da matrícula.

Parágrafo Primeiro: A CONTRATADA se reserva o direito de cancelar automaticamente a matrícula de aluno ingressante, na hipótese de não pagamento do boleto bancário referente à primeira mensalidade (janeiro ou julho) até a data de vencimento, seja qual for o motivo. A falta ou atraso no pagamento desta primeira parcela implicará na desistência automática da vaga.

Parágrafo Segundo: De acordo com o regimento da ESPM, não é permitido o trancamento da matrícula efetuada logo após o concurso vestibular, independentemente da série em que o aluno ingressar. O trancamento será permitido somente após o aluno ter cursado um semestre letivo. O aluno tem um prazo de 14 semestres para integralizar (concluir) o curso, incluindo o máximo de 4 trancamentos e reprovações, se houver, e estará sujeito a reingresso por meio de novo vestibular caso complete 14 semestres cursados e não conclua o curso. Neste caso o aluno que reingressar terá de se adaptar à grade curricular vigente e realizar as adaptações necessárias para a conclusão do curso.

CLÁUSULA TERCEIRA – No caso de comprovado aumento de custos da CONTRATADA, por força de legislação editada pelo Poder Público, o valor da semestralidade escolar poderá ser aumentado a fim de permitir à CONTRATADA a recuperação dos referidos custos, sendo, este aumento, cobrado nas mensalidades ainda em aberto. As mensalidades são reajustadas anualmente, sempre no mês de janeiro de acordo com a variação dos custos da contratada, independentemente do semestre em que o aluno tenha ingressado na instituição.

Parágrafo Primeiro: - O vencimento das parcelas dar-se-á sempre no 5º

(quinto) dia útil de cada mês, salvo as correspondentes à rematrícula (janeiro e julho), que têm datas diferenciadas para pagamento, todas as parcelas deverão ser pagas exclusivamente na rede bancária através de boleto próprio enviado pela CONTRATADA. Caso não receba o boleto bancário até a data de vencimento para qualquer mês, o CONTRATANTE deverá retirar a 2ª via na Internet no site da ESPM www.espm.br, ou caso não consiga deverá procurar a tesouraria da CONTRATADA. Não há isenção de multa e juros por atraso, o não recebimento do boleto bancário para pagamento das parcelas não exime o CONTRATANTE do pagamento regular e pontual das parcelas mensais, pois o CONTRATANTE declara ter pleno conhecimento das datas de vencimento. A Tesouraria da escola não está autorizada a receber pagamentos de mensalidades, exceto se o título estiver vencido por mais que 90 dias da data de vencimento.

Parágrafo Segundo: Na hipótese de estar o aluno sujeito a cursar somente disciplinas em regime de dependência, a cobrança das mensalidades referentes a estas serão proporcionais a cada uma delas, cujos preços são variáveis de acordo com a respectiva carga horária mensal e corresponde ao valor de R\$ 1.170,00 (Hum mil cento e setenta reais) dividido em seis parcelas iguais e sucessivas de R\$ 195,00 (Cento e noventa e cinco reais) para as matérias com 36 horas-aula; e R\$ 2.340,00 (Dois mil trezentos e quarenta reais) dividido em seis parcelas iguais e sucessivas de R\$ 390,00 (trezentos e noventa reais) para as disciplinas com 72 horas-aula.

Parágrafo Terceiro: Caso o aluno opte por cursar dependência durante as férias (janeiro ou julho), embora a carga-horária de 36 ou 72 horas-aula seja concentrada nesse período, o pagamento da dependência será diluído no semestre subsequente em seis parcelas iguais e sucessivas conforme descrito no parágrafo quarto. Na hipótese de o aluno reprovar na(s) disciplina(s) cursada(s) em regime de dependência, será automaticamente rematriculado nessa(s) disciplina(s) no semestre subsequente e arcará novamente com o respectivo pagamento, além de outras eventuais dependências que cursará no semestre subsequente.

Parágrafo Quarto: Na hipótese de o aluno cursar a série juntamente com disciplinas em regime de dependência, além da semestralidade arcará com o pagamento correspondente a cada uma das dependências, conforme descrito no parágrafo quarto.

Parágrafo Quinto: Sobre as disciplinas cursadas em regime de adaptação não incide cobrança independentemente do curso, série e turno.

Parágrafo Sexto: O CONTRATANTE está ciente de que o reembolso de

valores indevidamente pagos à CONTRATADA se dará, sempre que possível na forma de crédito em conta corrente do CONTRATANTE, eventual saldo em favor do CONTRATANTE será restituído após o desconto de débitos que o mesmo tenha para com a CONTRATADA.

Parágrafo Sétimo: A CONTRATADA informa que não possui nenhuma responsabilidade sobre a adesão no DDA pelo CONTRATANTE, O DDA- Débito Direto Autorizado, lançado oficialmente no mercado em 19 de outubro de 2009, é um sistema que permite o recebimento em meio eletrônico de boletos de cobrança, substituindo a emissão em papel. O correntista deve se cadastrar como sacado eletrônico em um ou mais bancos de seu relacionamento. O cliente solicita o seu cadastramento em cada banco escolhido. O cadastramento no DDA não significa que as suas contas serão pagas automaticamente. Para que o pagamento seja realizado é necessário que você acesse um dos canais de relacionamento do banco, verifique se há boletos a serem pagos e autorize ou agende o pagamento dos respectivos boletos. Na hipótese de o cliente deixar de ser sacado eletrônico, deve solicitar o cancelamento em todos os bancos nos quais se cadastrou. Nem todas as obrigações serão apresentadas eletronicamente, apenas a cobrança registrada, modalidade responsável pela maior parte dos boletos de cobrança emitidos, quando o CONTRATANTE estiver cadastrado no DDA a impressão e postagens dos títulos são automaticamente suspensos pelos bancos.

Parágrafo Oitavo: A CONTRATADA declara que poderá suspender a qualquer momento, mediante prévio aviso, o envio impresso da ficha de compensação bancária, a cada mês. O CONTRATANTE declara ter total e expressa ciência do fato de que, caso isto venha a ocorrer, não serão remetidos boletos à sua residência, bem como que a impressão dos boletos será de total responsabilidade do CONTRATANTE e poderá ser feita pela Internet no site da ESPM www.espm.br, pela adesão por parte do CONTRATANTE ao DDA, ou outro canal disponibilizado pela CONTRATADA.

Parágrafo Nono: Fica única e exclusivamente a critério da CONTRATADA, mediante prévio aviso, adotar forma de pagamento diferenciada, ou seja, aqueles efetuados através de: recebimento direto no caixa, crédito em conta, depósito identificado, débito automático, ou outra forma que não seja a utilização da ficha de compensação bancária. Em nenhuma hipótese serão considerados pagamentos efetuados por meio de depósito bancário ou outras modalidades que não permitam a identificação do pagador.

CLÁUSULA QUARTA: Em caso de atraso no pagamento de qualquer das parcelas previstas na cláusula 2 (dois), o CONTRATANTE ficará constituído em mora, caracterizando-se a dívida líquida e certa, cobrável por via judicial. O recebimento da(s) parcela(s) em atraso ficará condicionado ao pagamento da multa de 2% (dois por cento) e de juros de mora de 1% (hum por cento) ao mês, ou fração, além de correção monetária tomando-se por base a variação mensal do IGP-M publicado pela Fundação Getúlio Vargas, desde a data do vencimento respectivo até seu efetivo pagamento à ESPM, e 10% sobre o total devido a título de honorários advocatícios caso haja necessidade de constituição de advogado para cobrança judicial ou extrajudicial, nos termos do artigo 406 do novo Código Civil.

Parágrafo Único: Na ocorrência do não pagamento de qualquer das parcelas mensais por prazo superior a 90 (noventa) dias, fica a CONTRATADA, desde já autorizada à comunicação do fato ao Cadastro de Proteção ao Crédito legalmente existente, com as consequências daí decorrentes.

CLÁUSULA QUINTA: Os valores da contraprestação de serviços prescritos nas cláusulas anteriores incluem, exclusivamente, a prestação de serviços decorrentes da carga-horária do curso contratado, nela não incluídas as atividades extracurriculares.

Parágrafo Único: Serão cobrados, de acordo com a legislação em vigor, sob a forma de taxa e a título de remuneração pelos serviços prestados ao corpo discente, os seguintes itens: Prova em 2ª chamada; atestado de escolaridade; histórico escolar; carteira de passe escolar; 2ª via de cartão de acesso.

CLÁUSULA SEXTA: O presente contrato poderá ser rescindido nas seguintes hipóteses:

- pelo CONTRATANTE ou representante, por desistência formal mediante cancelamento ou transferência, por expressa e escrita comunicação devidamente protocolada;
- pela CONTRATADA por desligamento nos termos do regimento escolar;
- por inadimplência das cláusulas contratuais.

Parágrafo Primeiro: Em caso de desistência (abandono ou cancelamento), trancamento ou transferência do CONTRATANTE, serão devidas e deverão ser pagas as parcelas vencidas até a data do efetivo e formal desligamento, que será considerada como sendo a data do protocolo do requerimento de desligamento junto à secretaria acadêmica.

Contrato

SUJEITO À ALTERAÇÕES

Parágrafo Segundo: Para os alunos ingressantes, se a desistência ocorrer até o dia 17 de fevereiro de 2012, a CONTRATADA devolverá ao CONTRATANTE 80% (oitenta por cento) da primeira mensalidade (matrícula), e 100% da segunda mensalidade. Após essa data não haverá devolução em hipótese alguma.

Parágrafo Terceiro: Em caso de cancelamento de matrícula o aluno deverá comparecer pessoalmente para preencher a solicitação e também passar pela entrevista com a ouvidoria da escola. Não é possível fazer o cancelamento pelo site ou por correio.

Parágrafo Quarto: Para os alunos que optarem pelo pagamento do curso à vista, conforme previsto na cláusula SEGUNDA supra, será devolvido o montante referente ao período não cursado, sem qualquer atualização monetária.

Parágrafo Quinto: Em caso de trancamento de matrícula a partir da 2ª série do curso, o CONTRATANTE ficará desobrigado de pagar as parcelas subseqüentes de acordo com a vigência deste contrato desde que esteja em dia com os pagamentos até a última mensalidade vencida. O trancamento não proporcionará direito ao CONTRATANTE à restituição dos valores pagos a título de matrícula ou das parcelas pagas anteriormente.

CLÁUSULA SÉTIMA: A renovação da matrícula para os próximos semestres letivos até a conclusão do curso será solicitada pelo CONTRATANTE e efetivada automaticamente após confirmação do pagamento da primeira parcela referente a cada novo período letivo, que corresponderá sempre aos meses de janeiro e julho, permanecendo em vigor todas as condições previstas no presente instrumento.

DE ACORDO: _____ (rubrica)

Parágrafo Primeiro: A condição prevista na cláusula supra não terá validade e eficácia na hipótese de não pagamento integral da primeira parcela da semestralidade referente a cada novo período letivo, ressaltando-se que, após a data determinada pela Contratada para encerramento das renovações de matrícula, o aluno perderá o direito à vaga, estando, neste caso, automaticamente desligado do curso e desvinculado da CONTRATADA.

DE ACORDO: _____ (rubrica)

Parágrafo Segundo: As partes concordam que o pagamento da primeira parcela da semestralidade escolar de cada período letivo implicará na aceitação expressa da renovação da matrícula, dispensando-se a assinatura

formal do contrato.

DE ACORDO: _____ (rubrica)

Parágrafo Terceiro: A CONTRATADA se reserva o direito de recusar a renovação de matrícula para o semestre letivo subsequente, de alunos que estejam inadimplentes, possuindo débitos anteriores com a Instituição de Ensino, referentes a mensalidades escolares não honradas, independentemente de qualquer aviso ou notificação, conforme disposto no artigo 476 do Código Civil, combinado com os artigos 5º e 6º da Lei nº 9.870 de 23/11/99.

DE ACORDO: _____ (rubrica)

CLÁUSULA OITAVA: A CONTRATADA, livre de quaisquer ônus para com o CONTRATANTE, poderá utilizar-se de imagens deste, gravadas durante o processo pedagógico, para fins exclusivos de divulgação da CONTRATADA e de suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-la ou divulgá-la junto à Internet, j ornais e todos os demais meios de comunicação, público ou privado.

Parágrafo primeiro: Os direitos ora cedidos poderão ser exercidos diretamente pela CONTRATADA ou por seus licenciados, facultando ainda a sua cessão a empresas coligadas, sem qualquer limitação, nos mesmos moldes em que lhe foram cedidas.

Parágrafo segundo: Em nenhuma hipótese poderá a imagem ser utilizada de maneira contrária à moral, aos bons costumes ou à ordem pública.

CLÁUSULA NONA - O CONTRATANTE autoriza a CONTRATADA a enviar-lhe, via e-mail ou sistema SMS, informações e/ou notícias de interesse acadêmico que sejam necessárias ou úteis ao seu conhecimento, sendo-lhe facultado solicitar a suspensão deste serviço, a qualquer tempo, mediante requerimento protocolado junto à Secretaria.

CLÁUSULA DÉCIMA - O presente contrato é firmado com base nos artigos 206, II e III e 209 da Constituição Federal, Lei nº 10.406 de 10/01/2002, Lei nº 9.870 de 23/11/99 e do Código de Defesa do Consumidor, no que for aplicável.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - Fica eleito o foro central da Comarca desta Capital para dirimir as questões decorrentes do presente contrato.

Contrato

E, por estarem de acordo, as partes assinam o presente instrumento em duas vias de igual forma e teor, para um só efeito legal, sendo a segunda via entregue ao CONTRATANTE no ato da matrícula.

São Paulo, _____ de _____ de _____

CONTRATANTE

CONTRATADA

NOME: _____

RG: _____ CPF: _____

1ª Testemunha

Nome: _____

RG.: _____

2ª Testemunha

Nome: _____

RG: _____

[Voltar para o sumário](#)

EDITAL DO PROCESSO SELETIVO CLASSIFICATÓRIO - ESPM SÃO PAULO – 2012/1

O Diretor Geral da Graduação da ESPM – Unidade São Paulo, em consonância com o regimento da instituição, torna públicas as normas do processo seletivo classificatório – Vestibular 2012-2. As inscrições estarão abertas no período de 7 de maio a 29 de junho de 2012, exclusivamente on-line, no site da ESPM: www.espm.br/vestibular

O exame será aplicado no dia 1º de julho de 2012, e os candidatos devem chegar ao local das provas às 8 horas, pontualmente.

VAGAS

Curso	Ato Legal	Turno	Vagas
Comunicação Social-habilitação em Publicidade e Propaganda	Reconhecimento renovado conforme portaria 596 de 24/2/2006 D.O.U. 1/3/2006	Matutino*	250
Administração	Reconhecimento renovado conforme portaria 306 de 2/8/2011 D.O.U. 4/8/2011	Diurno*	200
Design - habilitação em Comunicação Visual	Reconhecido pela portaria 1.134 de 21/12/2006 D.O.U. de 26/12/2006	Matutino*	30
Relações Internacionais	Reconhecido conforme portaria MEC 503 de 22/2/2011 D.O.U. 23/2/2011	Diurno e Matutino**	50
Comunicação Social – habilitação em Jornalismo	Autorizado pela portaria MEC 359 de 7/4/2010 D.O.U. 9/4/2010	Matutino*	50

Matutino = 7h20 às 12h50

Diurno = 7h20 às 17h30

Noturno = 19h30 às 23h

(*) Do 5º semestre em diante, o curso é oferecido das 19h30 às 23 horas.

(**) 1º e 2º semestres diurno, 3º e 4º semestres matutino e 5º ao 8º semestre noturno.

Em todos os cursos existe a possibilidade de haver algumas atividades aos sábados, reposições, provas ou aulas. Para todos os cursos o prazo mínimo de integralização é de 8 semestres e o prazo máximo é de 14 semestres, incluindo trancamentos e reprovações.

As vagas oferecidas por esse processo seletivo terão validade somente para o 2º semestre de 2012, e o funcionamento dos cursos será nas unidades da ESPM: Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 ou na Rua Joaquim Távora, 1.240, ambos os endereços no bairro da Vila Mariana com no máximo 60 alunos por turma. A ESPM se reserva o direito de não abrir turmas com menos de 25 alunos. As disciplinas em regime de dependência poderão ser oferecidas exclusivamente no período vespertino, a critério da Escola.

[Voltar para o sumário](#)

As opções de curso poderão ser escolhidas de acordo com a tabela abaixo. As opções possíveis entre os cursos são de acordo com a tabela abaixo. A primeira opção é obrigatória e a segunda é facultativa ao candidato.

1ª Opção (obrigatória)	2ª Opção (opcional)
Administração	Relações Internacionais
Relações Internacionais	Administração
Comunicação - Publicidade e Propaganda	Comunicação - Jornalismo ou Design
Comunicação - Jornalismo	Comunicação – Publicidade e Propaganda ou Design
Design	Comunicação - Publicidade e Propaganda ou Jornalismo

As pessoas portadoras de qualquer tipo de limitação ou necessidade especial participarão do vestibular em igualdade de condições com os demais candidatos. Contudo, é necessário que o candidato nessa condição informe a instituição com antecedência mínima de 20 dias à realização do exame, para que sejam tomadas as providências necessárias de acordo com a especificidade.

INSCRIÇÕES Candidatos

Somente poderão inscrever-se para esse processo seletivo os candidatos que estejam cursando o ensino médio em vias de concluí-lo até 30/06/2012 e que possam comprovar a sua conclusão no ato da matrícula.

O manual somente poderá ser adquirido no site da ESPM: www.espm.br/vestibular. A taxa de inscrição é de R\$ 150,00 podendo ser paga no internet banking com o cartão Visa ou em qualquer agência bancária até o dia 22 de junho de 2012 com desconto de 13,3% (ficando em R\$ 130,00). Os candidatos que pagarem a taxa a partir do dia 23 de junho de 2012 não terão o desconto. Não haverá devolução do valor da taxa de inscrição em hipótese alguma. Os candidatos que cursaram ou que cursam o ensino médio na rede pública poderão ter o desconto de 50% na taxa de inscrição mediante apresentação de documentos comprobatórios na ESPM.

[Voltar para o sumário](#)

Procedimento para conseguir o desconto: o candidato nessa condição terá de primeiramente preencher a ficha de inscrição no site e não gerar o boleto bancário. Após isso deverá entregar à ESPM uma cópia de declaração que comprove seu vínculo com a rede pública. Para os candidatos que residam fora da cidade de São Paulo, o documento poderá ser encaminhado via sedex à sede da ESPM na Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 – Vila Mariana – CEP 04018-010 – São Paulo – A/c Secretaria de Graduação – Vestibular – Rede pública. A data limite para postagem dessa correspondência é o dia 15 de junho de 2012. Assim que a ESPM receber os documentos, enviará uma instrução por e-mail, e o candidato deverá emitir a 2ª via do boleto bancário em que já constará a instrução de desconto de 50%. O boleto deverá ser quitado na rede bancária.

Treineiros

É necessário informar o nº do CPF próprio e um e-mail no ato da inscrição. Os candidatos “treineiros” terão isenção de 50% na taxa de inscrição do vestibular; e para conseguir esse desconto, terão de declarar-se na ficha de inscrição e não poderão solicitar matrícula nos cursos de graduação oferecidos nesse processo seletivo, pois participarão exclusivamente a título de treinamento e aferição de seus conhecimentos. Os descontos não são cumulativos. Os dez primeiros candidatos treineiros mais bem classificados dentro da classificação geral terão a isenção na taxa de inscrição do vestibular do próximo semestre. Aquele que porventura não utilizar o benefício no semestre subsequente poderá prorrogá-lo por mais um semestre.

PROVAS

REFORMA ORTOGRÁFICA: Orientação ao candidato

As provas para esse processo seletivo serão redigidas de acordo com a reforma ortográfica vigente a partir de 1º de janeiro de 2009.

O Processo Seletivo constará das seguintes provas:

PROVAS	Questões	Administração e Relações Internacionais		Comunicação Social – Publicidade - Jornalismo Design	
		Peso	Quantidade mínima de acerto por prova	Peso	Quantidade mínima de acerto por prova
Comunicação e Expressão	20	1	-	2	2
Matemática	20	2	2	1	-
Humanidades e Cultura Geral Contemporânea	30	1	-	1	-
Inglês	10	1	-	1	-

Na redação é atribuída uma nota na escala de 0 a 10 (zero a dez) e tem peso 2, valendo no máximo 20 pontos. O total de pontos possíveis em toda a prova para todos os cursos é de 120 pontos.

Os candidatos serão classificados conforme pontuação nas provas e redação, respeitando-se a quantidade mínima de acertos em Comunicação e Expressão e Matemática, conforme tabela anterior. As classificações dos cursos serão calculadas separadamente.

Critérios de desempate

1) O desempate será pela pontuação maior obtida na redação em todos os cursos. Persistindo o empate, será considerada a maior pontuação em Comunicação e Expressão para os candidatos dos cursos de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda / Jornalismo) e Design; e para os dos cursos de Administração e Relações Internacionais será a pontuação em Matemática.

2) Se ainda assim houver empate, a ordem será: Humanidades e Cultura Geral Contemporânea e Inglês para todos os cursos.

3) E se mesmo assim o empate persistir, o desempate será feito pela maior nota em Matemática para os cursos de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda / Jornalismo) e Design; e para os cursos de Administração e Relações Internacionais será considerada a maior pontuação em Comunicação e Expressão.

Na 1ª chamada serão convocados os candidatos mais bem classificados, respeitando-se exclusivamente a sua 1ª opção.

Para todos os cursos: só será considerada a 2ª opção se não houver lista de espera da 1ª opção.

A matrícula na 2ª opção de qualquer um dos cursos oferecidos nesse processo seletivo implica a desistência oficial da 1ª opção do candidato.

Critérios de classificação:

Não há revisão de provas, nem discussão dos critérios de correção, em hipótese alguma. Serão eliminados os candidatos que não atenderem aos requisitos abaixo:

- não atingirem o mínimo de 30 pontos no total das provas; incluindo a redação.
- não atingirem o mínimo de acertos por prova, de acordo com a escolha do curso em 1ª opção (vide quadro anterior).
- não alcançarem a nota mínima de 2 (dois) na redação, total de 4 pontos.

Locais de Prova

No ato da inscrição o candidato deverá escolher a localidade onde realizará a prova. A prova do Vestibular ESPM São Paulo 2012-2 será aplicada nas seguintes cidades: São Paulo (SP), Ribeirão Preto (SP), Campo Grande (MS) e Goiânia (GO).

As provas serão realizadas em São Paulo, nas duas unidades da ESPM localizadas no bairro Vila Mariana: Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 ou na Rua Joaquim Távora, 1240.

Divulgaremos a sala e o prédio da realização da prova no dia 30 de junho de 2012, a partir das 16 horas.

Realização das Provas

Data e horário das provas: 1º de julho de 2012, das 9h às 14h, devendo o candidato chegar ao local às 8h munido de: documento de identidade original e caneta esferográfica preta ou azul escura. Não será permitida a entrada após o fechamento dos portões nos locais de exame, ocorrendo pontualmente às 8h45min. Em todos os locais a prova terá início às 9h (horário de Brasília), inclusive para a cidade de Campo Grande (MS).

Na ausência da cédula de identidade*, expedida pela Secretaria de Segurança Pública será aceito um dos seguintes documentos originais: Cédula de Identidade das Forças Armadas ou da Polícia Militar; Cédula de Identidade para Estrangeiros emitida por autoridade brasileira; Certificado de Reservista; Carteira de Trabalho; Passaporte; Carteira de Motorista com foto; Cédula de Identidade fornecida por Ordem ou Conselho Profissional, como por exemplo, as do Crea e OAB (somente documentos originais). Os estrangeiros deverão necessariamente portar o RNE (Registro Nacional de Estrangeiro) original, não sendo aceito o documento original expedido por seu país. O documento de identidade RG ou outro documento oficial só será aceito se for possível a identificação do candidato, ou seja: se constar foto infantil ou indicação de não alfabetizado (impressão digital), logo ele não será aceito. Não aceitaremos protocolo de pedido de documento de identidade.

Serão impedidos de realizar a prova os candidatos que não apresentarem documento de identidade original e oficial no dia do exame ou mesmo que não permita a identificação do candidato.

A listagem de classificação dos aprovados e da classificação geral será divulgada no dia 9 de julho de 2012, no site da ESPM:

www.espm.br/vestibular.

Os candidatos deverão se orientar sempre pela divulgação de listas no site da ESPM.

CALENDÁRIO DE MATRÍCULAS

As matrículas serão efetivadas na sede da ESPM – Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 – Vila Mariana, no período de 11 a 13 de julho de 2012 das 8h às 20h e no dia 14 de julho de 2012, sábado, das 10h às 15h.

Será necessário que o candidato agende sua matrícula e escolha o dia e horário de acordo com a disponibilidade de atendimento, bem como realize todos os procedimentos que constarão no site e imprima os documentos solicitados (contrato de prestação de serviços Educacionais, requerimento de matrícula e boleto para pagamento) e traga-os no dia. Todas as chamadas de matrícula têm que ser agendadas.

O agendamento para a matrícula em 1º chamada deverá ser feito nos dias 9 e 10 de julho de 2012. No dia 10 de julho de 2012 o agendamento estará disponível somente até as 19h.

O agendamento para a 2º chamada estará disponível no dia 18 de julho de 2012 até as 19h para matrículas no dias 19 e 20 de julho de 2012. O agendamento da 3ª chamada será feito no dia 30 de julho de 2012 para matrículas no dia 1º de agosto.

Chamada	Divulgação	Agendamento	Dias de Matrícula	Horários
1ª chamada	9 de julho	9 e 10 de julho	11 a 13 de julho 14 de julho (sábado)	8h às 20h 10h às 15h
2ª chamada	18 de julho	18 de julho	19 e 20 de julho	8h às 20h
3ª chamada	30 de julho	30 de julho	1º de agosto	8h às 20h

Declaração de interesse de matrícula:

Os candidatos classificados e que não forem convocados em 1º chamada e têm intenção de fazer a matrícula deverão obrigatoriamente se manifestar por meio da declaração de interesse de matrícula no site da instituição. Os candidatos nessa condição e que não manifestarem o interesse pela vaga não serão convocados para fazer a matrícula, independentemente da classificação.

Entendem-se como candidatos em lista de espera todos aqueles que não foram convocados para a 1ª chamada e que, dentro dos critérios da classificação deste edital, obtiveram classificação.

A declaração deverá ser preenchida on-line no período de 9 a 11 de julho de 2012. No último dia o preenchimento da declaração estará disponível até as 19h. Se a demanda de candidatos para fazer a matrícula for maior do que

o número de vagas disponíveis nos cursos na lista de espera, a ESPM seguirá a ordem de classificação entre aqueles candidatos que se manifestaram preenchendo a declaração de interesse de matrícula.

Para preencher a declaração de interesse de matrícula, o candidato deve entrar no site, no link Acompanhe sua inscrição Graduação (informe a inscrição e o seu CPF) e em seguida clicar em Declaração de Interesse de Matrícula. Após o preenchimento, o candidato receberá a seguinte resposta automática: "Você acaba de declarar o seu interesse em fazer a matrícula com sucesso. Acompanhe as chamadas no site, de acordo com o calendário de matrículas – Coordenação do Vestibular". Caso não receba essa mensagem, por favor, contate-nos pelo e-mail: matricula@espm.br

BOLSA DE ESTUDOS

A ESPM ofertará uma bolsa de estudo de 75% sobre o valor da mensalidade ao primeiro colocado em cada curso, que terá duração de quatro anos, com a condição de o aluno não reprovar em nenhuma disciplina durante o curso, o que ocasionará a perda total da bolsa de estudo. Em caso de não efetivação ou cancelamento da matrícula do primeiro colocado, a bolsa de estudo será transferida, automaticamente, ao próximo candidato, respeitando-se a classificação por curso, e assim sucessivamente dentro do período letivo de 2012-2. Em caso de cancelamento, a bolsa de estudo será concedida e repassada ao próximo aluno no mês subsequente ao cancelamento. Bolsa de estudo para alunos oriundos de escola pública: será ofertada uma bolsa de estudo no valor de 75% sobre o valor da mensalidade para o 1o e 2o mais bem colocados dentro da classificação geral das 580 vagas oferecidas, a alunos provenientes de escola pública durante os quatro anos de curso, com a condição de o aluno não reprovar em nenhuma disciplina durante o curso, o que ocasionará a perda total da bolsa de estudo. Considera-se aluno oriundo de escola pública aquele que tiver cursado o ensino médio integralmente na rede pública. Em caso de não efetivação ou cancelamento da matrícula de um dos contemplados com a bolsa de estudo, esta será transferida, automaticamente, ao próximo candidato, respeitando-se a classificação geral entre todos os alunos oriundos de escola pública, e assim sucessivamente dentro do período letivo de 2012-2. Em caso de cancelamento de matrícula de aluno bolsista, será então repassada ao próximo colocado. A bolsa de estudo será concedida ao novo aluno no mês subsequente ao cancelamento. Candidatos contemplados com essas bolsas não poderão ter outro tipo de bolsa dentro da instituição de ensino.

Será divulgada, no site da instituição www.espm.br/vestibular uma listagem com a classificação geral, classificação na opção e classificação dos candidatos que cursaram o ensino médio na rede pública e que concorrem à bolsa meritocrática.

FIES – De acordo com a legislação em vigor, aos estudantes interessados no financiamento do FIES será exigida participação no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), conforme portaria Normativa nº 12, de 06/06/2011, o estudante concluinte do ensino médio a partir de 2010, para solicitar FIES deverá participar do ENEM 2010 ou posterior. Quem concluiu o ensino médio antes de 2010, não precisa ter participado das edições do ENEM.

MATRÍCULAS

De acordo com a legislação brasileira em vigor só poderão requerer a matrícula os candidatos que conseguirem comprovar a conclusão do ensino médio ou equivalente. Não serão permitidas matrículas aos candidatos que não conseguirem comprovar a conclusão do ensino médio por ocasião da matrícula, perdendo, portanto a vaga.

Os candidatos impossibilitados de comparecer para a realização da matrícula devem entrar em contato com a secretaria por meio do endereço matricula@espm.br.

O candidato que ainda não atingiu a maioridade (18 anos) deverá comparecer acompanhado do seu responsável legal (pai, mãe ou tutor) para assinatura do contrato. Os candidatos que forem maiores e não puderem comparecer para efetivação da matrícula poderão ser representados por uma procuração específica com firma reconhecida em cartório, juntamente com todos os documentos previstos para a matrícula e recolhimento do valor da 1ª mensalidade.

Cancelamento de Matrícula - Em caso de cancelamento de matrícula (termo de anuência) será restituído 80% (oitenta por cento) dos valores pagos, desde que o cancelamento seja solicitado até dia 7 de agosto de 2012. Após essa data, a escola não devolverá nenhuma quantia paga.

Documentos para matrícula (estudantes que concluíram o ensino médio no sistema educacional brasileiro)**Cópias autenticadas em duas vias**

- RG* - Registro Geral (não serão aceitos RGs cuja foto seja infantil)
- Certificado de conclusão do ensino médio ou equivalente
- Histórico escolar do ensino médio ou equivalente
- Certidão de nascimento ou casamento se for o caso
- CPF próprio
- Comprovante de residência (conta atual de luz ou telefone fixo)
- 1 foto 3x4 atualizada

*Se for estrangeiro, deverá apresentar o RNE (Registro Nacional de Estrangeiro) em substituição ao RG.

Documentos para matrícula (estudantes que concluíram o ensino médio no exterior)

Os candidatos nessa situação deverão apresentar os seguintes documentos:

Cópias autenticadas em duas vias

- RG* - Registro Geral (não serão aceitos RGs cuja foto seja infantil)
- Certidão de nascimento ou casamento se for o caso
- CPF próprio
- Comprovante de residência (conta atual de luz ou telefone fixo)
- Declaração de equivalência de estudos do ensino médio expedido pela Secretaria de Estado da Educação ou delegacia de ensino da região no Brasil.
- 1 foto 3x4 atualizada

*Se for estrangeiro, deverá apresentar o RNE (Registro Nacional de Estrangeiro) em substituição ao RG.

Para conclusão e efetivação da matrícula será necessário também o recolhimento da primeira mensalidade, de acordo com a tabela abaixo, que se refere ao mês de julho.

Curso	Valor da mensalidade
Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Design	R\$ 2.460,00
Administração	R\$ 2.490,00
Relações Internacionais	R\$ 2.520,00

O reajuste das mensalidades escolares dos cursos de graduação da ESPM ocorrerá sempre no mês de janeiro de cada ano, independentemente do período letivo em que o aluno ingressou na Escola.

OBSERVAÇÕES:

Disciplina em inglês: para os alunos dos cursos de Administração e Comunicação Social – Publicidade e Propaganda será oferecida uma turma (50 vagas) da disciplina do 1º semestre Marketing I e Introdução ao Marketing, respectivamente, em inglês para cada curso. O aluno poderá inscrever-se para essa turma no ato da matrícula, desde que realizada até 25/7/2012. O critério de seleção dos alunos será a nota do vestibular da disciplina de Inglês e, havendo necessidade, também a classificação no curso. As turmas de Marketing em inglês serão definidas no dia 1º de agosto de 2012. Os alunos que porventura efetivarem a matrícula após o dia 25 de julho de 2012 e tiverem interesse em cursar as disciplinas em inglês ficarão em lista de espera, aguardando desistências.

Teste de nível de idiomas (Inglês e Espanhol):

Inglês: Em relação ao curso de Relações Internacionais haverá teste para as disciplinas de idiomas como forma de determinar o nível de cada aluno. A ESPM oferece 4 níveis de inglês na matriz curricular, sendo eles: Intermediário Superior I e II, e Avançado I e II. O aluno que tiver um nível de proficiência em inglês inferior ao necessário para ingressar no Intermediário Superior I deverá buscar, por seus próprios meios, sua capacitação para alcançar o nível mínimo exigido. Uma vez alcançado, o aluno deverá se matricular em um dos níveis de Inglês regularmente oferecidos na matriz curricular.

[Voltar para o sumário](#)

Espanhol: Para o curso de Relações Internacionais haverá teste para a disciplina de espanhol como forma de determinar o nível de cada aluno. A ESPM oferece 4 níveis de Espanhol na matriz curricular, partindo do nível básico. A disciplina de Espanhol não faz parte da matriz curricular do curso de Administração.

Os testes ocorrerão na segunda semana de aulas para definição das turmas e a previsão para o início dessas aulas é a terceira semana de agosto. Os alunos deverão agendar data e horário do teste de nível pelo site www.espm.br a partir do momento em que efetivar a matrícula até o dia 2 de agosto de 2012.

A confirmação da inscrição para o teste de nível de idiomas será feita por e-mail acadêmico, no dia 8 de agosto de 2012.

INÍCIO DAS AULAS PARA TODOS OS CURSOS

As aulas para os calouros de todos os cursos começarão em 6 de agosto de 2012, com a aula inaugural.

Prof. Luiz Fernando Dabul Garcia

Diretor Geral da Graduação SP

PROGRAMA DA PROVA

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO (20 QUESTÕES)

A prova de Comunicação e Expressão visa avaliar a capacidade de ler, compreender e interpretar criticamente textos de toda natureza - literários e não literários - bem como a capacidade de mobilizar conhecimentos lingüísticos na produção de textos que atendam aos requisitos de adequação, correção, coesão e coerência. O candidato deve, portanto, dominar a norma culta da língua escrita, reconhecer outras variedades lingüísticas, assim como possuir um certo repertório de leituras de textos literários, no nível próprio do conculinte do Ensino Médio.

1. Língua Portuguesa

- Níveis de significação do texto: significação explícita e significação implícita; denotação e conotação.
- Variantes lingüísticas: linguagem coloquial.
- Norma ortográfica.
- Morfossintaxe das classes das palavras: flexão verbal: expressão de tempo, modo, aspecto e voz; correlação de tempos e modos; flexão nominal, elementos estruturais e processos de formação das palavras, concordância nominal e verbal, regência nominal e verbal, pronomes, advérbios e conectivos (função sintática e valores lógico-semânticos).
- Processos de organização da frase: coordenação, subordinação, reorganização de orações e períodos.
- Organização do texto: dissertação, descrição e narração (discursos direto, indireto e indireto livre).
- Articulação do texto: coesão lexical e gramatical. Estrutura (introdução, desenvolvimento e conclusão).

2. Literatura

No que se refere aos textos literários, espera-se o conhecimento das obras representativas dos diferentes períodos da literatura brasileira. O conhecimento desse repertório implica a capacidade de analisar e interpretar os textos, reconhecendo seus diferentes gêneros e modalidades, bem como seus elementos de composição, tanto aqueles próprios da prosa quanto os da poesia. Implica também a capacidade de relacionar o texto com o conjunto da obra em que se insere, com outros textos e com seu contexto histórico e cultural.

2.1. Literatura Brasileira:

- Barroco: Gregório de Matos
- Arcadismo: Cláudio Manuel da Costa; Tomás Antônio Gonzaga
- Romantismo: Poesia: Gonçalves Dias; Álvares de Azevedo; Castro Alves - Prosa: José de Alencar; Manuel Antônio de Almeida
- Realismo: Machado de Assis; Raul Pompéia - Naturalismo: Aluísio Azevedo
- Parnasianismo: Olavo Bilac; Alberto de Oliveira; Raimundo Correia
- Simbolismo: Cruz e Sousa; Alphonsus de Guimaraens
- Pré-Modernismo: Euclides da Cunha; Lima Barreto
- Modernismo: 1ª geração: Mário de Andrade; Oswald de Andrade; Manuel Bandeira; Antônio de Alcântara Machado - 2ª geração: Graciliano Ramos; Jorge Amado; José Lins do Rego; Carlos Drummond de Andrade; Cecília Meireles; Murilo Mendes - 3ª Geração: Guimarães Rosa; Clarice Lispector; João Cabral de Mello Neto.

2.2. Literatura Portuguesa:

- Classicismo: Luís Vaz de Camões
- Barroco: Pe. Antonio Vieira
- Arcadismo: Bocage
- Realismo: Eça de Queirós
- Modernismo: Fernando Pessoa

MATEMÁTICA (20 QUESTÕES)

Os conhecimentos matemáticos são aplicados em diversas áreas da ciência, na interpretação de fenômenos físicos, econômicos, sociais e naturais, bem como nas atividades tecnológicas. Espera-se do estudante que ele possua a capacidade de interpretação e leitura de informações através de gráficos ou outras formas de linguagem matemática, além do raciocínio lógico suficiente para avaliar a coerência ou não de certas argumentações e na formulação de suas próprias idéias. Para isso, o candidato deverá demonstrar domínio da linguagem básica e dos conceitos fundamentais da Matemática, tratados no Ensino Fundamental e Médio, de forma a saber aplicá-los

em situações diversas e relacioná-los com outras áreas do conhecimento. Será dada prioridade à capacidade de raciocínio, não enfatizando a memorização de fórmulas, procedimentos mecânicos ou cálculos excessivos.

1. Conjuntos numéricos

- números naturais e inteiros: múltiplos e divisores; números primos e compostos
- frações e porcentagem: cálculo e operações
- números decimais exatos e periódicos: determinação de geratrizes
- números reais: potenciação e radiciação; números racionais e irracionais
- médias: aritmética, geométrica, ponderada e harmônica
- grandezas proporcionais: regra de três simples e composta

2. Equações e inequações no conjunto dos reais

- equação do primeiro grau com uma incógnita: problemas
- equação do segundo grau com uma incógnita: problemas
- sistemas de equações com duas ou mais incógnitas: problemas
- equações fracionárias e irracionais
- função polinomial do primeiro grau: gráfico e estudo de sinais
- função polinomial do segundo grau: gráfico, estudo de sinais, máximos e mínimos
- inequações do primeiro e segundo graus; sistemas de inequações com uma incógnita
- módulo de um número real: função modular; equações e inequações com módulo

3. Sequências numéricas

- sequências lógicas: leis de formação
- progressões aritméticas: termo geral; propriedades; soma dos termos
- aplicações da PA em problemas de juros simples
- progressões geométricas: termo geral; propriedades; soma e produto

dos termos

- aplicações da PG em problemas de juros compostos

4. Função exponencial e logarítmica

- logaritmos: definição, cálculo e propriedades; mudança de base
- equações exponenciais e logarítmicas
- inequações exponenciais e logarítmicas

5. Matrizes e determinantes

- matrizes: conceituação, representação, tipos e operações
- determinantes de 2ª e 3ª ordens: cálculo e propriedades
- inversão de matrizes

6. Polinômios e função polinomial

- monômios e polinômios: grau e valor numérico
- operações com monômios e polinômios
- produtos notáveis e fatoração de polinômios
- divisão de polinômios: teorema do resto e dispositivo de Briot-Ruffini

7. Geometria plana

- ângulos: classificação e medidas
- retas paralelas e perpendiculares: teorema de Tales
- triângulos: existência, relações angulares, congruência e semelhança
- relações métricas no triângulo retângulo: teorema de Pitágoras
- principais quadriláteros e suas propriedades
- polígonos: ângulos internos e externos, diagonais; polígonos regulares
- relações métricas e angulares na circunferência
- áreas das principais figuras planas e suas aplicações

8. Geometria espacial

- poliedros: relação de Euler; poliedros regulares
- prismas: paralelepípedo e cubo
- pirâmides regulares
- cilindro, cone e esfera
- cálculo de áreas e volumes dos principais sólidos
- sólidos semelhantes: relações entre áreas e volumes

9. Geometria analítica plana

- distância entre dois pontos
- divisão de segmentos em partes iguais e proporcionais
- área do triângulo e condição de alinhamento de 3 pontos
- estudo da reta: equações, declividade e posições relativas
- distância de ponto a reta
- estudo da circunferência: equações e posições relativas
- resolução gráfica de inequações com 2 variáveis
- análise e interpretação de gráficos envolvendo 2 grandezas

10. Trigonometria

- relações trigonométricas no triângulo retângulo: seno, co-seno e tangente
- problemas envolvendo os ângulos de 30° , 45° e 60°
- resolução de triângulos não retângulos: leis dos senos e dos co-senos

11. Análise combinatória e probabilidades

- arranjos, combinações e permutações simples

- arranjos e permutações com repetição de elementos
- problemas de agrupamentos
- probabilidades: conceito e propriedades; cálculo de probabilidades

12. Estatística básica

- gráficos de barras e de setores
- distribuição de frequências; histograma
- média aritmética, moda, mediana e desvio padrão

HUMANIDADES E CULTURA GERAL CONTEMPORÂNEA (30 QUESTÕES)

A prova de Humanidades e Cultura Geral Contemporânea, está dividida em três partes: História, Geografia e temas da cultura geral contemporânea do Brasil e do mundo e consta com algumas questões de caráter interdisciplinar dessas respectivas disciplinas. Essa prova visa explorar o repertório humanístico, cultural e o nível de conhecimento sobre atualidades gerais do ingressante ao universo acadêmico.

1. História

A prova de História exigirá do aluno que utilize os conhecimentos adquiridos ao longo do Ensino Médio. Assim o aluno deverá ser capaz de responder sobre o processo histórico, com a aguda lucidez daqueles que, não satisfeitos com a aparência, buscam a essência dos fatos. Isto significa identificar os fatores econômicos, sociais, políticos e culturais que se influenciam e interagem, produzindo os fatos históricos. Para avaliar tais exigências a prova contará com questões abrangendo a História Geral, a História da América e a História do Brasil.

1.1. História do Brasil

- Brasil Colonial: O Sistema colonial: organização política e administrativa; A economia colonial: extrativismo, agricultura, pecuária, mineração e comércio; Rebeliões coloniais e tentativas de emancipação; O período

joanino e a independência.

- Brasil Império: O primeiro reinado e as regências: organização do Estado e lutas políticas; O
- segundo reinado: economia, política e manifestações culturais; Imigração e abolição; A crise do império e o advento da República.
- Brasil República: Economia, política e movimentos sociais na República Velha; As eras de Vargas; Política, economia e sociedade no Brasil entre 1945 e 1964; O Estado Autoritário (1964-1985); A redemocratização e a Nova República; O sistema político atual.

1.2. História da América

- As colonizações espanhola e inglesa;
- Os movimentos pela independência política nas Américas e a formação dos Estados Nacionais (América Latina e EUA).
- Revoluções na América Latina (México e Cuba) no século XX; Militarismo, democracia e ditadura na América Latina no século XX.

1.3. História Geral

- História Antiga: O mundo grego; O mundo romano
- História Medieval: O Islão; Economia, sociedade e política no feudalismo; O desenvolvimento do comércio, o crescimento urbano e a vida cultural.
- História Moderna: Renascimento; Mercantilismo e Absolutismo; Revolução francesa de 1789; Revolução industrial e capitalismo.
- História Contemporânea: Idéias e doutrinas sociais dos séculos XIX e XX; As duas grandes guerras mundiais (1914-1945); A revolução russa de 1917; A crise de 1929; O fascismo e o nazismo; Bipolarização do mundo e Guerra Fria; A criação do Estado de Israel e os conflitos entre árabes e israelenses.

2. Geografia

A prova de geografia visa avaliar o nível de aprendizado que o aluno absorveu ao longo do ensino médio nesta disciplina. Uma característica central da prova da ESPM é o enfoque prioritário na geografia humana, sem contudo, deixar de considerar aspectos da natureza que estão presentes no cotidiano das sociedades. Outra característica da prova é a estreita conexão com o mundo contemporâneo; não se concebe o conhecimento geográfico como algo estanque, dissociado do cotidiano social.

2.1. Geografia econômica

Geografia econômica do Brasil:

- o espaço industrial brasileiro
- o espaço agrário e a produção agropecuária brasileira
- a questão energética e as principais fontes
- circulação e transportes: os fluxos contemporâneos

Geografia econômica mundial e globalização:

- blocos econômicos regionais
- circuito financeiro internacional e sua ação espacial
- características gerais do atual estágio da globalização
 - globalização econômica e as novas tecnologias
 - globalização cultural: o local e o global
 - globalização e meio-técnico-informacional: fluxos e fixos
- noção de capitalismo e socialismo

2.2. Geopolítica internacional e ações territorializadas

- conjuntura geopolítica global e as inferências no território
- organização do espaço mundial e as territorialidades: as ordens e seus impactos no sistema internacional
- conflitos regionais

2.3. Geografia socioambiental

- a agenda ambiental internacional
- aquecimento global
- o dilema da água
- poluição do ambiente urbano
 - ilha de calor
 - inversões térmicas
 - contaminação de lençóis freáticos
 - poluição de rios e lagos
 - impermeabilização do solo e enchentes locais
 - a questão do lixo
- os principais biomas da Terra e as respectivas ameaças
- a destruição das florestas tropicais

2.4. Espaço urbano e espaço rural do Brasil

- caracterização geral do espaço brasileiro contemporâneo
- o processo de urbanização brasileira
- metrópoles, macrometrópole e as cidades no Brasil contemporâneo
- megacidades e cidades globais
- questão agrária no Brasil: estrutura fundiária e os conflitos sociais no campo

2.5. Organização socioespacial da população brasileira

- organização socioespacial: histórico da formação e distribuição demográfica
- crescimento da população brasileira
- análise da pirâmide etária
- migrações internas

- contexto social brasileiro: análise de indicadores
- Brasil: país desigual
- a situação da educação brasileira

2.6. Domínios naturais do Brasil e a interação sociedade-ambiente

- o relevo brasileiro e suas relações com a organização socio-espacial
- o clima brasileiro e as implicações com a sociedade
- a inferência da sociedade nas paisagens naturais: os domínios brasileiros
- a hidrografia brasileira e suas relações com a sociedade

3. Cultura geral contemporânea

Entende-se como cultura geral e contemporânea os assuntos que versam sobre manifestações culturais, políticas e econômicas na contemporaneidade brasileira e mundial.

3.1. A conjuntura internacional

- o sistema internacional vigente e os principais acontecimentos da agenda global nos âmbitos, político, econômico e ambiental;
- os principais organismos internacionais e suas respectivas atuações

3.2. O cenário político brasileiro

Principais eventos da conjuntura brasileira no âmbito dos poderes executivo, legislativo e judiciário, presentes na agenda política nacional;

3.3. Aspectos da economia brasileira

Principais aspectos da economia nacional, com ênfase no contexto macro-econômico;

3.4. Manifestações culturais no Brasil e no mundo

- destaques da agenda cultural englobando o cinema, música, teatro, exposições, simpósios, feiras e eventos, cultura popular, artes, e aspectos gerais da cultura brasileira e mundial.
- patrimônio cultural e artístico brasileiro e mundial

3.4. Cidadania e democracia

- os direitos do cidadão
- democracia e igualdade
- direitos civis e direitos humanos
- movimentos sociais

INGLÊS (10 QUESTÕES)

A prova terá por objetivo avaliar a capacidade de compreensão mostrando competência de leitura de diferentes tipos de texto em inglês padrão. O candidato deverá ser capaz de reconhecer, localizar, selecionar, parafrasear, analisar, deduzir ou sintetizar as idéias do texto, estabelecendo relações de sentido. Quanto à gramática será exigido conhecimento em nível funcional, ou seja, como acessório à compreensão dos textos, assim como conhecimentos de vocabulário que venham a possibilitar compreensão do sentido global do texto e localização de determinada idéia.

1. Seleção de textos

Diversidade temática: serão selecionados textos que não se restrinjam a um único domínio específico do conhecimento e que façam parte do universo cultural dos candidatos, visando que ele utilize não apenas conhecimentos da estrutura e do vocabulário da língua, mas também seu conhecimento de mundo e do contexto sócio-histórico em que vive. Os temas serão preferencialmente contemporâneos inseridos na realidade política, econômica, científica e cultural.

2. Fontes

Textos extraídos de jornais, revistas e publicações recentes ou de outras fontes autênticas tais como artigos científicos, literários, jornalísticos, publicitários etc. apresentados em seu formato original ou em formato adaptado.