

VESTIBULAR ESPM 2010/2

ADMINISTRAÇÃO
RELAÇÕES INTERNACIONAIS
COMUNICAÇÃO
PUBLICIDADE E PROPAGANDA
DESIGN



ESPM

FAÇA SUA ESCOLHA VALER. FAÇA ESPM.



“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



A ESPM é um centro de excelência no ensino de Administração e Negócios Internacionais, Comunicação Social e Design. Fundada por profissionais que desejavam dar bases sólidas à profissão publicitária no Brasil, através da formação de especialistas bem preparados, a ESPM influenciou a fixação de padrões éticos e técnicos em nosso mercado de Administração, Comunicação Social, Design e assim fará em Relações Internacionais. Buscando sempre manter-se em plena sintonia com as necessidades do mercado, a ESPM oferece os seguintes Cursos de Graduação:

- ADMINISTRAÇÃO
- COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
- DESIGN
- RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Desde a sua fundação, a ESPM já formou milhares de profissionais que hoje exercem funções de destaque em todas as áreas de negócios: indústrias, serviços, atividades comerciais, agências de propaganda e empresas de consultoria especializadas em comunicação mercadológica.

Informações Importantes

01. DIA DO EXAME: 04 de julho de 2010.

02. HORÁRIO QUE VOCÊ DEVERÁ CHEGAR: 8 horas

03. 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 será aceito se for possível a identificação do candidato, ou seja, se constar foto infantil ou indicação de não alfabetizado (impressão digital) 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.

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

Coordenação do Vestibular

Inscrições

De 10 de maio a 25 de Junho de 2010.

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

- Taxa de inscrição R\$ 130,00
- A taxa de inscrição deverá ser paga em qualquer agência bancária ou na WEB até o vencimento.

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 em escola pública poderão ter o desconto de 50% na taxa de inscrição mediante apresentação de documentos comprobatórios junto à ESPM.

Procedimento para conseguir o desconto:

[Clique aqui para saber mais](#)

INSTRUÇÕES AOS CANDIDATOS

Locais de Prova:

- No ato da inscrição o candidato deverá escolher a localidade onde realizará a prova. A prova do Vestibular ESPM São Paulo 2010-2 será aplicada nas cidades de São Paulo e Ribeirão Preto.
- A partir de 01/07/10 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.

[Clique aqui para saber mais](#)

Vagas

Exame

Data e horário das Provas: 04 de julho de 2010 das 9 horas às 14 horas.

Os portões dos locais onde serão realizados os exames serão abertos às 8 horas 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.

No dia do exame todos os candidatos deverão trazer:

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

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 horas.

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

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

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.

INSTRUÇÕES AOS CANDIDATOS

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 sua prova no site www.espm.br a partir de 01/07/2010.

Orientação ao candidato

A reforma ortográfica que passou a vigorar a partir do ano de 2009 abrange apenas algumas regras de acentuação e de uso do hífen. Como há um prazo de 4 anos para a adaptação (até 2012), ambas as formas serão aceitas pela ESPM até lá (a antiga e a nova), no caso da prova de Redação.

Na prova de Comunicação e Expressão, a ESPM não apresentará questões específicas sobre o assunto. E nos textos das diversas disciplinas da prova, a ESPM continuará usando por enquanto a antiga grafia.

A listagem de classificação dos aprovados e da classificação geral será divulgada no dia 12 de julho de 2010 no site da ESPM www.espm.br

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

Chamada	Divulgação	Dias de Matrícula	Horários
1ª chamada	12 de julho	12 a 14 de julho de 2010	9 horas às 19 horas
2ª chamada	16 de julho	19 e 20 de julho de 2010	9 horas às 19 horas
3ª chamada	27 de julho	28 de julho de 2010	14 horas às 19 horas
4ª chamada	04 de agosto	05 de agosto de 2010	8h às 12 horas

[Clique aqui para saber mais](#)

Reforma ortográfica

Divulgação dos resultados

Declaração de interesse de matrícula

Matrículas

[Clique aqui para saber mais](#)

Bolsa de estudos

[Clique aqui para saber mais](#)

Teste de nível prova de proficiência

[Clique aqui para saber mais](#)

Financiamento e seguro

Programa de Financiamento Estudantil 2010

O aluno de qualquer unidade de graduação da ESPM poderá cadastrar-se no programa de Financiamento Estudantil do Ensino Superior (FIES), do Ministério da Educação (MEC), e financiar os 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 podem ser feitas virtualmente no site <http://sisfies.mec.gov.br>. Para informações adicionais 0800 616161.

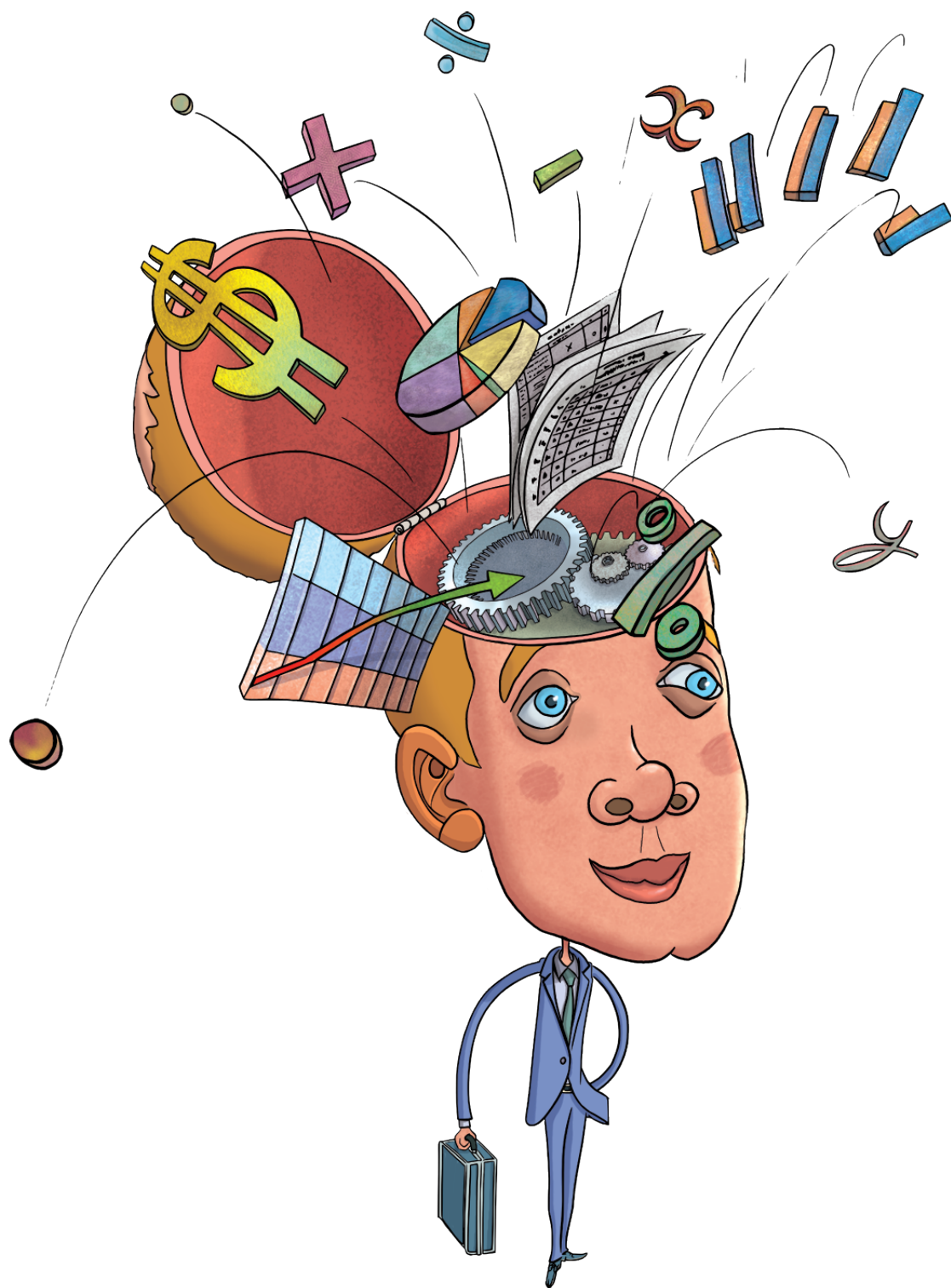
Seguro Educacional aos Alunos

O serviço é oferecido a todos os alunos da graduação e tem por objetivo garantir a continuidade nos estudos em situações nas quais o responsável legal encontre-se impossibilitado de realizar o pagamento das mensalidades. O seguro é oferecido pela ESPM, em parceria com o Bradesco Vida e Previdência, sem custos adicionais ao aluno, além da mensalidade. Para ter acesso ao serviço, é necessário que o aluno cadastre-se durante a matrícula.

Para mais informações seguroeducacional@espm.br.

Início das aulas para todos os cursos:

As aulas para todos os cursos, calouros e veteranos têm previsão de início em 2 de agosto de 2010.



ADMINISTRAÇÃO

Administração na ESPM

Três histórias em Administração: a vocação do administrador

Existe uma vocação para a Administração, ou este é um curso para quem não sabe o que quer fazer?

São administradores de sucesso os profissionais que gostam de responsabilidade, adoram lidar com pessoas, são atraídos por desafios, e enchem o peito de satisfação ao verem os resultados do seu trabalho. Falam com entusiasmo do projeto inovador pelo qual são responsáveis. Emocionam-se quando veem seu produto na rua, nos outdoors, nas lojas; ao verem os ganhos do cliente com o seu serviço de alta tecnologia. Enfrentam qualquer dificuldade para realizar, fazer, deixar rastros. Não desistem nunca.

Vamos contar três histórias para ilustrar essa idéia.

Em 1888, um homem de 47 anos assumiu a direção geral de uma mineradora de carvão francesa, a Commentry-Fourchambault-Decazeville, que estava em situação de falência. Era um cargo que ninguém, em sã consciência, aceitaria. Ele foi indicado para a tarefa “impossível” não só porque era gerente da única unidade do grupo que estava indo bem, mas principalmente porque era um dos poucos homens disponíveis com coragem suficiente para aceitar o desafio. Levou alguns anos para, com energia, método e relacionamento com pessoas, recuperar a companhia e torná-la uma das importantes empresas francesas da época. Seu nome era Jules Henri Fayol. Após aposentar-se, em 1916, escreveu um único livro, *Administration Industrielle et Generale*, que estabeleceu as bases da Administração como disciplina própria. O livro é tão importante que ainda hoje é reeditado e vendido.

Em 1999, a Gerdau, uma empresa que começou como uma modesta fábrica de pregos em 1901, tendo sobrevivido a três gerações e duas guerras, dá um passo importante: compra a Ameristeel, uma das maiores produtoras de aço dos Estados Unidos. Em 2002 adquiriria ainda a Co-Steel e depois mais quatro plantas naquele país. Como resultado, hoje a Gerdau Ameristeel é a quarta maior siderúrgica no mercado americano. Em 2006 adquiriu duas siderúrgicas europeias, e ainda outras tantas na América Latina. Dos tempos da fabricação de pregos até tornar-se uma das principais multinacionais brasileiras, a empresa cresceu adquirindo e recuperando plantas pré-falimentares, fazendo-as reflorescer e gerar empregos e riquezas para o País. Tudo isso foi possível reconhecidamente devido a um fator: a competência gerencial da Gerdau.

Em 1961 um homem excepcional realizou um sonho seu e de uma nação: construir uma fábrica de aviões. Cerca de 35 anos depois, a empresa foi privatizada, e outro homem excepcional levou-a de um patamar de vendas de US\$ 177 milhões para US\$ 1,9 bilhões em cinco anos. Em 1999, a Embraer entregou 97 jatos regionais, contra 82 da Bombardier, sua concorrente mais próxima, 23 da British Aerospace e 15 da Fairchild Dornier. Até hoje é líder absoluta em vendas na aviação regional, partindo para outros segmentos de mercado.

Administração na ESPM

Esses homens são administradores. Segundo os livros, o administrador planeja, organiza, controla, lidera. Segundo a prática, ele é um empreendedor que tece relações entre pessoas e organizações, organiza negócios, gera valor econômico, ajuda pessoas, constrói o país, assumindo riscos e aceitando desafios que tornam sua vida uma experiência estimulante e recompensadora – todos os dias. Tipicamente, executivos têm que ser orientados a trabalhar... menos! Amam tanto o seu trabalho que correm o risco de ocupar toda sua vida com ele.

É preciso muita vocação e talento para fazer isso. Por este motivo, é uma profissão que reserva o sucesso para pessoas especiais.

É com base em pessoas especiais que o Brasil projeta, fabrica e exporta aviões, automóveis, aço, computadores e serviços. É com base em pessoas de vocação e talento que o Brasil tem hoje suas empresas multinacionais, com instalações produtivas nos Estados Unidos, Europa, Ásia e América Latina.

Você quer fazer parte desse seleto grupo de cidadãos do mundo?

O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA ESPM

O curso de Administração da ESPM traz algumas novidades para 2009: é integral no primeiro ano, com 6 a 8 horas de atividades diárias para todos os alunos, incorporando reforço de Matemática e Estatística e Inglês (ou outra língua para quem já é proficiente) para os alunos. No segundo ano, os alunos são incentivados a permanecer na escola aproveitando tudo o que ela tem a oferecer: monitoria, grupos de estudo, Empresa Júnior, projetos de pesquisa. É noturno na segunda metade do curso, quando o ensino é integrado à atividade de estágio, que os alunos desenvolverão nas melhores empresas do País.

O curso é planejado para haver espaço para a vivência estudantil em moldes internacionais e espaço para estágio e contato com empresas e mercado de trabalho. Sempre com mais Marketing do que qualquer outra escola da América Latina. E com muita força em Finanças, em Logística e na área Internacional.

Detalhes do Novo Curso de Administração da ESPM

O curso habilita o profissional de Administração, com registro regular no Conselho Regional de Administração.

Especialização (concentração curricular) maior em Marketing para todos os alunos.

O aluno cursa uma especialização menor a ser escolhida entre: Finanças, Logística, Gestão Internacional (em Português) ou International Business (em Inglês).

Estágio supervisionado (324 horas).

Trabalho de conclusão de curso (144 horas).

Administração na ESPM

Total de horas do curso: 3.708

Horas em áreas selecionadas do tronco comum:

Total de horas em Teoria Administrativa: 576

Total de horas em Finanças: 468

Total de horas em Marketing: 792 (inclui concentração maior).

Total de horas em Métodos Quantitativos: 396

Total de horas em Humanas: 648

Cada especialização menor tem 144 horas. O aluno, por exemplo, que escolher a especialização menor em Finanças terá $468 + 144 = 612$ horas nessa área.

Oferta de disciplinas regulares selecionadas em língua inglesa, optativas.

Programa de iniciação científica remunerado.

Atividades complementares.

Empresa Júnior.

Sete coisas que você precisa saber:

1. A ESPM é uma escola de alto padrão educativo, planejada para alunos aplicados e dedicados. O curso de Administração da ESPM é “puxado” e exige bastante dos alunos. Não é um curso fácil. O curso acontece em período integral durante o primeiro ano, e exige dedicação exclusiva no segundo. Nesse período, o aluno terá atividades na escola e espera-se que permaneça em nossas dependências o dia todo, não sendo possível trabalhar durante essa fase. Como 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 encontrarão na ESPM uma aula diferente, totalmente integrada à atividade de estágio.

2. Os alunos que demonstrarem deficiências em Matemática e Estatística terão oportunidade de passar tudo a limpo na ESPM: deverão obrigatoriamente cursar disciplinas de reforço ministradas na ESPM, em adição ao curso regular. A necessidade ou não de cursar tais disciplinas será determinada por prova especial de proficiência em nível de segundo grau que todos os alunos deverão fazer. Esse instituto faz parte de um amplo projeto de melhoria do ensino quantitativo, e visa diminuir os índices de reprovação em disciplinas de Métodos Quantitativos, Finanças e Economia, trazendo benefícios para o aluno e para a sua família.

3. Os alunos estudarão dois semestres de Inglês como parte integrante da grade (no mínimo); alguns alunos eventualmente terão que estudar mais. As aulas dessa língua ficam a cargo da Cultura Inglesa, com a qual a ESPM possui convênio, e que oferece aulas dentro do nosso campus para os nossos alunos. Mesmo que o aluno fale outras línguas, o Inglês 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 de trabalho didáticos não traduzidos para o Português. Se o aluno já é proficiente em Inglês (BEC-higher ou CPE, ambos de Cambridge), basta apresentar o

Administração na ESPM

certificado à escola; e optar por estudar outras línguas à disposição no campus da ESPM: Espanhol (intracurricular) ou Francês e Mandarim (extracurricular).

4. O nosso modelo está ligado a uma visão de formação para a autonomia. Constrói a expectativa de uma atitude responsável e da dedicação do aluno, principalmente quanto às leituras e participação nas atividades extrassala de aula. O aluno terá horas para leitura, e toda a infraestrutura necessária para um desenvolvimento pessoal efetivo e feliz. Em contrapartida, deverá empenhar-se.

5. A escola aplica desligamento por desempenho insuficiente: o aluno reprovado repetidas vezes nas mesmas disciplinas é desligado do curso. A regra consta de seu regimento, aprovado por portaria ministerial. Os alunos que não se aplicam atrapalham os demais e atentam contra o valor do diploma da instituição. Os diplomados da ESPM são conhecidos no mercado de trabalho e na sociedade pela sua seriedade e excelente formação.

6. A recompensa para esse esforço é concreta: as empresas brasileiras oferecem à escola mais vagas de estágio do que os alunos conseguem preencher; e o curso de Administração da ESPM tem um dos maiores índices de empregabilidade do formando do Brasil, tendo recebido o prêmio Guia do Estudante de Melhor Escola de Administração e Economia do Brasil em Empregabilidade em 2006. Desde então a escola já quebrou seu próprio recorde duas vezes.

7. Os administradores formados pela ESPM são aceitos em qualquer escola do mundo para continuar seus estudos em pós-graduação. Muitos de nossos ex-alunos estão neste momento estudando na Europa, Estados Unidos e Canadá, nas melhores escolas de negócios, e saem-se muito bem nos estudos.

Dúvidas frequentes

O que é Administração?

Administração é a ciência de gerenciar organizações. O profissional aprende a ser responsável pelos resultados da organização, bem como pelos resultados das contribuições dos outros profissionais e atuam junto com ele. Envolve atividades como planejamento, organização, liderança e controle. Para isso o profissional deve desenvolver três tipos básicos de habilidades: técnicas, humanas e conceituais. As habilidades técnicas (de produção, finanças, marketing, recursos humanos e outras) visam propiciar o conhecimento das áreas e do trabalho nas empresas e organizações. As habilidades humanas (de liderança, relacionamento interpessoal, trabalho em grupo e outras) são necessárias para o trabalho em equipe e para a responsabilidade de um cargo de chefia. E as habilidades conceituais permitem que se mobilizem recursos e conhecimentos para o tratamento de problemas inéditos – pois o mundo dos negócios muda o tempo todo, apresentando problemas complexos com os quais o administrador tem que estar apto a lidar. Essas habilidades, ligadas à leitura e ao desenvolvimento intelectual, distinguem os líderes nas organizações.

Administração na ESPM

A principal característica deste profissional é a **responsabilidade**.

Qual a diferença entre Administração, Engenharia, Economia e Direito?

Todas essas profissões são regulamentadas por lei e, para exercê-las, você deve ter licença do Conselho ou Ordem de cada profissão – para o que deve estar graduado no respectivo curso. Entretanto, o registro no conselho faculta a você exercer determinadas atividades da profissão – não obriga. Existe uma série de atividades que não requerem licença para serem exercidas.

Existem profissionais de todo tipo trabalhando em empresas, no governo, em organizações sem fins lucrativos, em organizações não-governamentais, ou prestando serviços a essas organizações. A finalidade de um curso de graduação deve ser ao desenvolvimento de capacidades que auxiliem o egresso no seu futuro profissional – e não confiná-lo para sempre a uma ocupação específica. Assim, depois de formado, você tem uma gama imensa de tipos diferentes de trabalhos que poderá realizar.

- O advogado vai aprender princípios morais de nossa cultura, metodologia de interpretação de textos legais, as leis e os ritos processuais para a aplicação das leis; como, por exemplo, a formulação de instrumentos legais para garantia das transações sociais, econômicas ou não, como contratos, sucessões, acordos e outros. Pode atuar no governo e fazer carreira na Justiça.
- O engenheiro vai aprender a modelar quantitativamente grandezas da natureza com o intuito de construir projetos utilizando materiais específicos, como estruturas de metal ou concreto, moléculas e novas substâncias, circuitos elétricos ou eletrônicos, projetos e administração de plantas de produção.
- O economista utiliza-se da metodologia quantitativa – principalmente estatística – para analisar cenários econômicos, nacionais ou internacionais.
- O administrador tem uma carga maior de ciências humanas no programa, porque depende de pessoas para alcançar seus objetivos; mas também tem uma grande carga quantitativa que utiliza principalmente para análises financeiras e econômicas de negócios e de projetos, tendo em vista seu gerenciamento.

Poderíamos explicar de forma simplificada a diferença entre essas profissões pelo balanço da carga de humanas e da carga de exatas. Se colocássemos todas em uma régua, teríamos num extremo o Direito, com a maior carga de humanas e a menor de métodos quantitativos; caminhando para o outro lado, teríamos Administração (com bastante mais matemática), Economia e Engenharia – esta, com a maior carga de exatas e a menor de humanidades.

Quero fazer Marketing – devo fazer Administração ou Comunicação Social?

Essa decisão depende de você querer ser um profissional da Comunicação – que também pode trabalhar com Marketing – ou um profissional da Administração, que exerce a profissão aqui descrita. Então, se você se encontra na situação acima, recomendamos: leia com cuidado este

Administração na ESPM

prospecto; leia também com cuidado o prospecto do curso de Comunicação Social da ESPM. E depois, se ainda estiver em dúvida, marque uma visita à escola e converse conosco: com o pessoal de atendimento e com alunos dos dois cursos.

O Curso de Administração da ESPM é só Marketing?

O curso de Administração de Empresas da ESPM é um curso de Administração regular, isto é, um curso que dá direito ao registro no Conselho Regional de Administração e possibilita o exercício da profissão, que é regulamentada (ou seja, exige o registro de seus profissionais). Além disso, possui uma ênfase especial em Marketing, que é dada em acréscimo às disciplinas regulares do curso de Administração. É um curso exigente, que pressupõe horas de leitura, estudo, pesquisa e exercícios fora da sala de aula.

É um curso com uma carga elevada de Métodos Quantitativos e Finanças. Nossos egressos podem trabalhar e de fato trabalham em qualquer área de uma grande empresa: Marketing, Finanças, Recursos Humanos, Logística e outras, inclusive em bancos e outras empresas de serviços. Só que a maior parte prefere Marketing por gostar da dinâmica dessa área.

Qual é a diferença do curso da ESPM?

A ESPM tem reconhecida excelência no ensino de Administração, Marketing e Negócios, e é conhecida por ser uma escola pioneira. Sua grade é constantemente atualizada de maneira inovadora, e não raro imitada por outras escolas de prestígio.

No ano de 2006, o Curso de Administração da ESPM foi o ganhador do Prêmio Melhores Universidades Guia do Estudante e Banco Real – como melhor escola de Administração do Brasil em empregabilidade. No ano de 2005 ganhou o mesmo prêmio na categoria Instalações. O curso de Administração da ESPM é dirigido por professores entusiastas e comprometidos com a formação dos profissionais de qualidade dos quais o Brasil necessita.

Qual a duração do curso de Administração da ESPM?

O curso dura quatro anos, devendo ser cursado em regime de dedicação exclusiva nos dois primeiros anos; e no período noturno nos dois últimos anos.

Quantas vagas existem?

A ESPM oferece 200 vagas por semestre. Existem dois vestibulares por ano, um no Verão e outro no Inverno. Fique atento ao nosso site para as datas de inscrições.

Posso trabalhar e estudar na ESPM ao mesmo tempo?

SOMENTE A PARTIR DO QUINTO SEMESTRE. Nos dois últimos anos, no período noturno, os alunos da ESPM fazem estágio e trabalham nas melhores empresas de São Paulo. É, porém, um período de suas vidas que exige muito esforço, uma vez que o aluno tem que coadunar as exigências da empresa com as exigências acadêmicas da escola. Durante os dois primeiros anos a carga horária total é maior, as disciplinas têm carga integral, o aluno tem atividades o dia todo na escola.

Administração na ESPM

Dados gerais do Curso de Administração

DADOS GERAIS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO	
 Número de Vestibulares	2 por ano
 Total de vagas	200 semestrais
 Número de turmas	Variável no novo modelo andragógico.
 Número máximo por turma	Variável no novo modelo andragógico.
 Turnos de funcionamento	1º ao 4º Diurno 5º ao 8º Noturno
 Prazo para integralização	Mínimo 8 Semestres Máximo 14 semestres

Saiba mais sobre a ESPM através do site (www.espm.br) ou agende uma visita relacionamentoescola@espm.br e venha nos conhecer.

COMUNICAÇÃO

PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

COMUNICAÇÃO COM O MERCADO

O **Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda** (seu nome oficial junto ao MEC), ou o popular **Propaganda e Marketing**, quase sempre é procurado por estudantes para a futura atuação em agências de propaganda, principalmente na área de criação. Porém, o espaço de trabalho é muito mais amplo, exigindo um nível de conhecimento mais profundo.

Por isso, aqui na **ESPM**, preferimos chamar o curso de **Comunicação com o Mercado**. Nossos alunos formam-se com um **forte conhecimento mercadológico** e um **sólido embasamento nas principais ferramentas de comunicação** (propaganda, promoção de vendas, merchandising, comunicação dirigida, marketing direto, etc.). Além de uma prática diferenciada nas principais áreas de atuação.

Este é o único curso no País que oferece um modelo de **escolha por áreas de especialização**, durante o transcorrer do próprio curso:

- **(GESTÃO DE) MARCAS, PRODUTOS E SERVIÇOS**
- **TRADE MARKETING E VAREJO**
- **(PLANEJAMENTO DE) COMUNICAÇÃO INTEGRADA**
- **CRIAÇÃO**

Por tudo isso, nossos alunos são reconhecidos como profissionais diferenciados, com muita criatividade e focados na produção de resultados.

A ESCOLA QUE CRIOU O CURSO CONTINUA INOVANDO

A **ESPM** tem sua origem ligada à formação do primeiro **curso de Propaganda** do País (1951). Foi a **primeira escola a introduzir o Marketing** em sua formação básica (nos anos 70). E, após meio século, o curso de **Comunicação da ESPM continua sendo o mais completo e conceituado do Brasil**, sempre inovando, e observando três pontos fortes:

- **atualização constante nas tendências internacionais do marketing e da comunicação**, oferecendo aos seus estudantes um repertório de grande profundidade e aplicabilidade no mercado. É o pioneiro no uso do conceito das novas Arenas de Comunicação em seu currículo;
- grupo de **professores composto pelo maior e mais qualificado perfil de profissionais da área** que, capacitados como educadores, mantém um alto grau dessa atualização e aplicabilidade no dia-a-dia das aulas e atividades. Algumas disciplinas são oferecidas também na língua inglesa;
- **atualização tecnológica** – os alunos contam com uma infraestrutura de alta qualidade:
 - ambiente **WI-FI**;
 - todas as salas de aula com projetores e ligadas à rede interna e à internet;
 - **plataforma digital** integrada de relacionamento entre alunos e professores;
 - **biblioteca especializada e diversos bancos de dados** dos mais atualizados;

Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

- **Retail lab (laboratório de varejo) e Sala de Promoção e Merchandising**, como espaços diferenciados de aula e trabalhos;
- grande número de **computadores (PCs e Macs)** atualizados e disponibilizados aos alunos em laboratórios;
- **avançado sistema integrado de som e imagem, com 23 estações de trabalho interligadas em convergência digital** entre si e com toda a rede da escola (estúdios de vídeo, de som, foto digital, computação gráfica 3D, etc.), permitindo que os alunos possam conceber, com extrema qualidade, ações para as mais diferentes mídias digitais. **É a única estrutura destas em uma escola de comunicação na América Latina**, e utiliza tecnologia adotada pelas principais emissoras brasileiras e diversas produtoras de vídeo, áudio e comunicação digital.
- **Instituto Cultural ESPM**, que resgata a história da Propaganda e do Marketing no Brasil;
- **Centro de Estudos Avançados de Propaganda e Marketing (CAEPM)**, que lidera pesquisas sobre diversas áreas de interesse do marketing e da comunicação, como as novas arenas (entretenimento, eventos, cultura, esporte, lazer...).

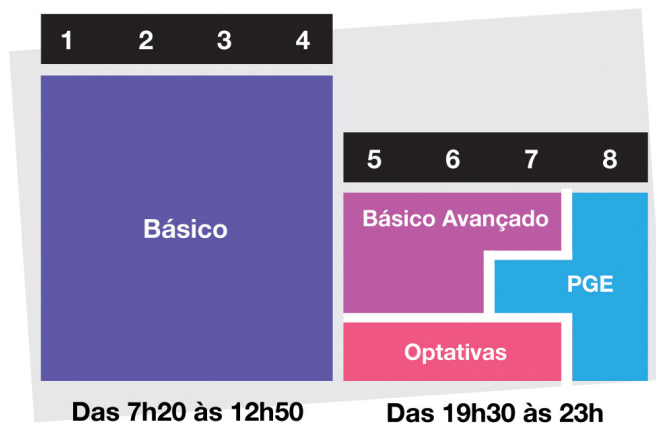
**UM PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO COMPLETO E ESPECIALIZADO
DESDE O COMEÇO!**

A ESTRUTURA DO CURSO



Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

Nos semestres iniciais do curso, o aluno cumpre uma carga maior de disciplinas voltadas principalmente para a formação humanística e o estudo de linguagens, para o entendimento do ser humano como pessoa, ser social e consumidor. Além disso, tem um forte embasamento em marketing e nas principais ferramentas de comunicação. Essa fase é oferecida apenas no período noturno.



A partir do quinto semestre (oferecido apenas no período noturno), o curso divide-se em:

- um **tronco comum** de aprofundamento (avançado), com disciplinas sofisticadas como **Gerência de Database, CRM, Abordagens Contemporâneas da Comunicação Mercadológica e Marketing de Nicho**.
- e em **quatro áreas de especialização**. Nessa etapa, o aluno tem a oportunidade de escolher uma das áreas oferecidas, para aprofundar e operacionalizar ainda mais conhecimentos em seu maior foco de interesse de atuação:

- **(Planejamento de) Comunicação Integrada** – o que há de mais atual no pensamento e nas práticas diferenciadas de todas as principais arenas e ferramentas de comunicação, como a Propaganda, o Marketing Direto, a Promoção de Vendas, o Merchandising e a Comunicação Dirigida; conta com a parceria do Grupo de Planejamento de São Paulo;
- **Criação** – o ambiente de criação em sua visão mais ampla, aberto às principais possibilidades de linguagens no universo da propaganda, da promoção e das novas arenas de comunicação, no mundo real e no virtual; com parceria do Clube de Criação de São Paulo; os alunos de Criação da ESPM podem pleitear fazer o módulo Quarter Away, da Miami Ad School, em alguma das unidades MAS da Europa ou dos EUA, após o término da graduação (via análise de portfólio);
- **(Gestão de) Marcas, Produtos e Serviços** – as marcas têm uma enorme importância e sua gestão, através da criação e desenvolvimento de produtos ou serviços, é um dos grandes diferenciais das empresas competitivas; conta com a parceria de diversas empresas e

Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

institutos de pesquisa de mercado com 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. E as ações de marketing e de comunicação nestas áreas ganham enorme importância estratégica. É um mercado crescente e carente de profissionais com visão estratégica e aplicada, tanto para atuar nas empresas, distribuidoras e 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, Empresa Jr. ESPM, ESPM Social (ligada às questões de responsabilidade socioambiental e sustentabilidade), TV ESPM, 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 de Porto Alegre, e também com nossas parcerias internacionais (como a Universidad del Pacífico, do Chile).

O curso de Comunicação da ESPM, entendendo as demandas dos futuros profissionais, oferece algumas **disciplinas ministradas completamente na língua inglesa**. Já existe esta oferta para os alunos dos primeiros semestres, nas disciplinas de **Marketing I, II e III**, em que, na matrícula, o aluno se candidata a cursá-la em turma especial (em inglês, com limite de vagas). **Para sua seleção, são levadas em conta as notas da prova de inglês do nosso vestibular e, em caso de empate, a classificação do aluno no vestibular do curso.** Note que esta não é uma disciplina desenvolvida para aprender as bases da língua, mas sim para a aprendizagem de Marketing, buscando também desenvolver ainda mais a proficiência do idioma, que já se tornou obrigatória na maioria dos mercados.

Caso o aluno ainda não tenha esse domínio em línguas, ou queira desenvolvê-lo ainda mais, a ESPM firmou convênio com uma série de escolas de idiomas (como a Cultura Inglesa, a Aliança Francesa, o Instituto Chinbra de mandarim, entre outros), com descontos e formação de turmas especiais dentro da própria ESPM.

Para incentivar a formação cidadã e profissional com uma perspectiva global, a ESPM mantém acordos com uma série de universidades internacionais, em diversos formatos:

- Programas de intercâmbio:
 - Europa: Nebrija (Espanha), IADE (Portugal), Cergy-Pontoise (França), IULM (Itália) e Westminster (Inglaterra)
 - América do Sul: Universidade do Pacífico (Chile)
- Programas curtos:
 - McGill (Canadá) – no mês de maio
 - Nebrija (Espanha) – no mês de janeiro

Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

- Programas de extensão/especialização:
 - Miami Ad School e Univ. da Califórnia at Riverside

Ao final, o **Projeto de Graduação ESPM (PGE)** consolida conhecimento e prática de uma forma bastante completa, a partir de clientes e situações reais, visando soluções em marketing e comunicação, que sejam pertinentes e diferenciadas.

Tudo isso é continuamente reconhecido pelo MEC, pelos profissionais do mercado e pelos mais diversos rankings de escolas.

O MERCADO DE TRABALHO PARA O ALUNO DE COMUNICAÇÃO DA ESPM

O profissional de comunicação dispõe de um **imenso leque de possibilidades** no mercado nacional e até mesmo internacional.

Há muito tempo, **o mercado de trabalho é bem maior e mais amplo do que apenas o universo das agências de propaganda**. O Curso de Comunicação da **ESPM** busca formar profissionais para atuação em todas as arenas de comunicação, dentro dos campos de marketing e comunicação com o mercado:

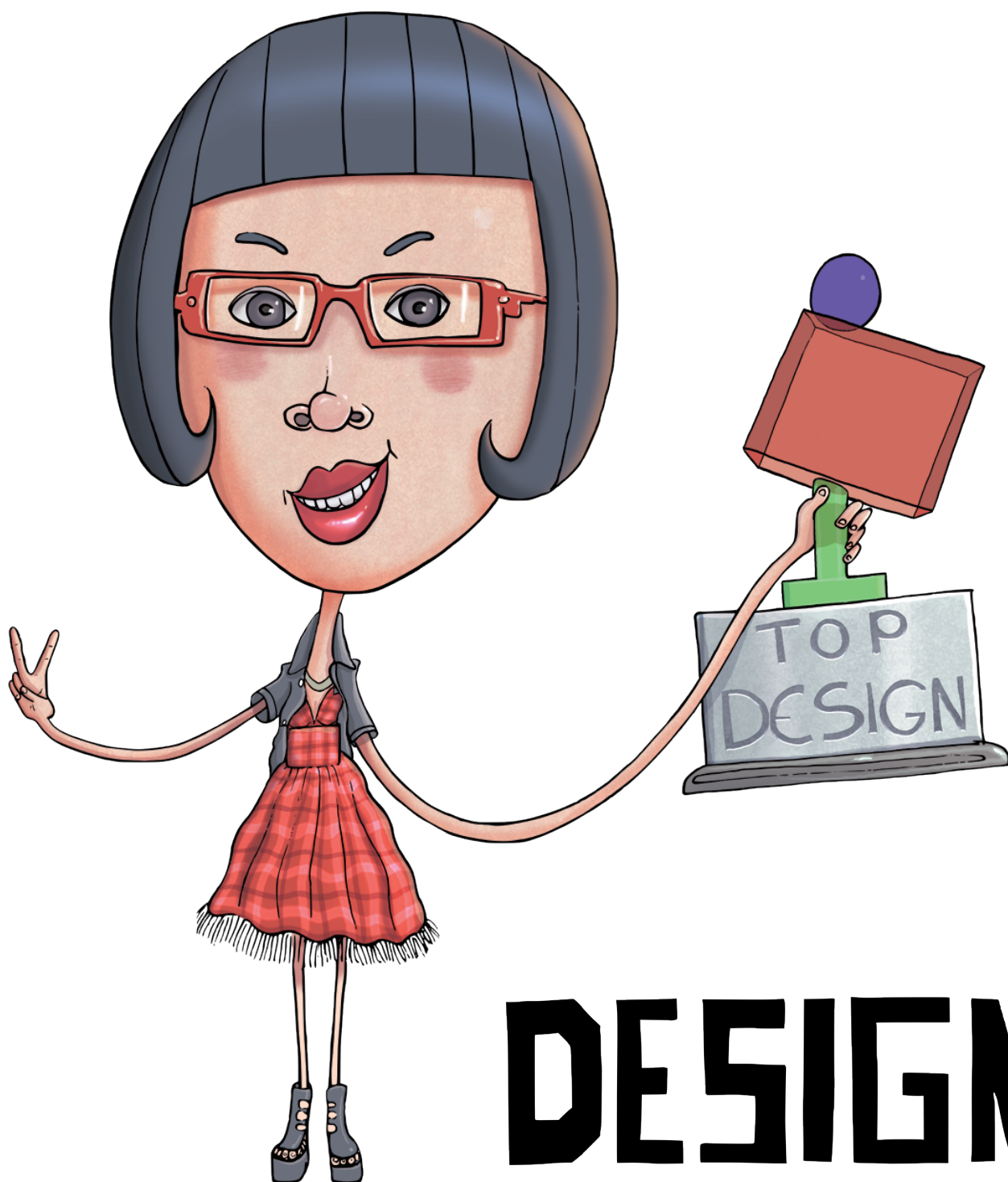
- **departamentos de marketing e comunicação de empresas públicas ou privadas;**
- **agências de comunicação, sejam especializadas, como as de promoção de vendas, incentivos ou merchandising, sejam de amplo foco, como as chamadas de propaganda ou de comunicação integrada;**
- **Veículos de Comunicação, na área de marketing editorial e/ou na área de marketing publicitário (relacionamento com agências de propaganda e anunciantes);**
- **e ainda nos chamados Fornecedores, uma ampla gama de opções, sejam fornecedores de informações / conteúdos, institutos de pesquisa, produtoras de vídeo/ áudio/ área digital, ou em promotores de eventos.**

O objetivo é que o aluno explore de modo amplo seu potencial, seja na conquista de vagas profissionais ou na abertura de novos negócios e oportunidades de mercado. Historicamente, **cerca de 90% dos formandos já saem da escola atuando no mercado. Destes, 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 ainda à frente de seus projetos pessoais.**

* Dados atualizados semestralmente pelo CINTEGRA – Centro de Integração Empresa-Aluno, da ESPM.

Grade

ESPM									
GRADE CURRICULAR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - 2010/2									
Eixos de Conhecimento	1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre	7º Semestre	8º Semestre	
Expressão	Língua Portuguesa I	Língua Portuguesa II	Língua Portuguesa III	Responsabilidade Sócio Ambiental e Sustentabilidade	Redação I (Expressão Oral)	Redação II (Planos de Negócios)	Redação III (Apresentação de Negócios)		
Ambiente de Negócios	Est. Soc. Pol. Econ. Bras. I	Est. Soc. Pol. Econ. Bras. II	Economia	Marketing IV	Gestão de Negócios		Administração de RH - Times		
Marketing (Mercadologia)	Marketing I	Marketing II	Marketing III	Pesquisa III		Trade Marketing*	Marketing de Nichos		
Comunicação Mercadológica	Teoria da Comunicação I	Teoria da Comunicação II	Gestão de Contatos com a Marca I	Gestão de Contatos com a Marca II		Gerência de Database	CRM II		
	História da Arte I	História da Arte II	Fotografia I	Fotografia II					
	Elementos e Técnicas de Comunicação com o Mercado	Planejamento Promocional I	Planejamento Promocional II	Planejamento de Comunicação I	CRM I	Abordagens Contemporâneas da Comunicação Mercadológica	Planejamento de Comunicação II		
	Comunicação Comparada	Criação I	Criação II	Criação III					
Formação do Raciocínio Qualitativo		Produção Gráfica	Produção em RTVC I	Produção em RTVC II					
			Computação Gráfica I	Computação Gráfica II					
	Filosofia I	Filosofia II		Interesse					
	Sociologia	Antropologia	Psicologia I	Psicologia II (Comportam. 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 Atividade Complementar Obrigatória: 32 h/a Horário: Do 1º ao 4º semestre: período da manhã, das 7:20 às 12:50 Do 5º ao 8º semestre: período da noite, das 19:30 às 23:00 * 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 Eventos	Gestão de Contatos com a Marca - Ambiente, Planejamento e Negociação	Finanças Aplicadas a Comunicação Integrada		
Criação				Planejamento, Implementação e Controle de Prom. e Merchandising	Arena Digital I	Arena Digital II			
Marcas, Produtos e Serviços				Criação de Conceitos de Comunicação (Direção de Criação)	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Criação Digital II		
Trade MKT e Varejo				Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Produção Digital		
				Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Programa de Orientação ao Portfólio - POP		
				Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Marketing Direto		
				Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Finanças Aplicadas ao Marketing III		
				Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Comportamento de Compra e Ger. de Categoria		
				Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Finanças Aplicadas ao Marketing III		
				Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Finanças Aplicadas ao Marketing III		



DESIGN

Bacharelado em Design - Habilitação em Comunicação visual e ênfase em Marketing

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 econômicas e socioculturais, o design é visto hoje com outros olhos.

Sua importância está em franca expansão e consolida-se por meio de profissionais qualificados e reconhecidos, por escolas superiores de design, premiações e concursos, livros e outras publicações e até em eventos internacionais consagrados como o Festival Internacional de Cannes que, em 2008, inaugurou a categoria "Design" como parte de suas premiações.

Design na ESPM

O design na **ESPM** nasceu de um olhar abrangente para novas demandas e expectativas em relação às novas mídias e pelo diferencial competitivo que pode oferecer às empresas.

O Bacharelado em Design da **ESPM** tem habilitação em Comunicação Visual e ênfase em Marketing. Ou seja, ele possibilita 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, jornais), sinalização ambiental, design voltado a WEB e 3D. Trabalha com um conjunto de disciplinas, permanen-

temente atualizadas em seus conteúdos e didática, pensadas de forma integrada, em eixos de competência, para formar um profissional apto a solucionar problemas e identificar oportunidades. E, claro, com professores altamente qualificados, com experiência profissional e acadêmica, que compartilham com os alunos suas vivências 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, metodolo-

gia, planejamento e gerenciamento de design. Dessa forma, o curso proporciona a formação ampla e necessária para a atuação num mercado que pede um profissional criativo e empreendedor, capacitado a criar e gerenciar projetos, com vistas ao mercado e à sociedade.

O curso de Design da **ESPM** distingue-se dos outros cursos superiores da área por oferecer ao aluno uma visão de negócios, que amplia sua formação em projetos e especialização técnica específica. Essa visão é construída num trabalho envolvendo disciplinas como Economia, Marketing, Finanças e Gestão de Design, além da possibilidade de inserção do aluno em parcerias e projetos exclusivos da ESPM. O designer contemporâneo deve procurar o desenvolvimento empreendedor, o trabalho em equipe e a gestão da criatividade com vistas a uma melhoria socioeconômica, cultural e ambiental, hoje tratada pela expressão "sustentabilidade". A escola



Bacharelado em Design - Habilitação em Comunicação visual e ênfase em Marketing

incorpora essa visão em seu projeto pedagógico, propondo formas de aprendizagem que valorizem a formação dessas competências.

O estudante de Design da ESPM tem a oportunidade de exercitar suas práticas criativas tanto em ateliê quanto em laboratórios de computação gráfica avançada. Dispõe de recursos e infraestrutura para desenvolver-se e aprimorar-se também nas atividades de extensão como palestras, oficinas, encontros com profissionais, ciclos de cinema, Semana do Design e mais uma grande rede de eventos, além dos concursos internos e externos e do Programa de Iniciação Científica. Pode ainda participar de projetos voltados ao Terceiro Setor, na ESPM Social, e participar do programa de Intercâmbio Internacional com as escolas parceiras.

O programa de Estágio Supervisionado é obrigatório ao estudante de Design da ESPM e é uma grande oportunidade; tem início no 4º semestre do curso e conclui-se no 6º semestre. Relaciona e aproxima escola, mercado de trabalho e sociedade. A ESPM tem uma extensa rede de empresas parceiras que buscam e selecionam seus futuros profissionais diretamente na Escola. Os alunos podem participar também dos projetos e estágios oferecidos pelo Design Lab ESPM, que presta consultoria Jr. a clientes externos, desenvolve trabalhos experimentais e conta com a supervisão de professores com experiência acadêmica e de mercado.

No último ano, durante os 7º e 8º semestres, o estudante desenvolve o seu projeto final de graduação (PGD), onde projetará dentro de uma das áreas do design gráfico e visual, atendendo habilitação e ênfase do curso e, principalmente, buscando temas de seu interesse de pesquisa e de projeto para desenvolver o PGD que, ao final, é apresentado a uma banca de professores e convidados. As competências do aluno são trabalhadas com o objetivo de formar um designer realmente preparado para o exercício da profissão. Com todos esses desafios, ele sente-se apto a ingressar num mercado e numa carreira em ascensão considerada um dos campos de ponta para o século 21.

O mercado de trabalho para o aluno de Design da ESPM

A formação do aluno de Design da **ESPM** caracteriza-se por uma composição de conhecimentos culturais, técnicos, de projeto e gestão. Desse modo, ele estará apto a atuar em escritórios de design, arquitetura, agências de propaganda, empresas nacionais e multinacionais – especialmente na gerência de marcas –, editoras e grupos de comunicação ligados a áreas impressa, eletrônica e ambiental, embalagem. Pode ainda empreender seu próprio negócio e tornar-se um profissional autônomo na área do design.

Os egressos do curso de Design da ESPM têm alta empregabilidade, perto de 100%. Destes postos, mais de 70% ligados à prestação de serviço em empresas dos mais variados portes e segmentos. A composição de conhecimentos elaborados no decorrer do curso, junto à atitude proativa do aluno, possibilita seu alto desempenho técnico, capacidade de interlocução e identificação da contribuição de áreas afins, fundamental para pensar os caminhos da profissão no futuro.

Grade

ESPM GRADE CURRICULAR - CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN COM ÊNFASE EM MARKETING - 2010/2				
1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	
Projeto Inicial (Livre) - 4cr	Projeto II (Identidade) - 4cr	Projeto III (Cultura e Informação) - 4cr	Projeto IV (Mundo Virtual) - 4cr	
Língua Portuguesa I - 4cr	Língua Portuguesa II - 4cr	Língua Portuguesa III - 4cr	Semótica Aplicada ao Design - 4cr	
Fundamentos de Economia - 2cr	Marketing I - 4cr	Marketing II - 4cr	Marketing III - 4cr	
História da Arte - 4cr	Desenho de Observação - 2cr	Finanças I - 2cr	Finanças II - 2cr	
Linguagem Visual - 4cr	Fotografia - 4cr	Ergonomia - 4cr	Computação Gráfica - 4cr	
Módulo de Atividades NB- Representação - 10cr	Fundamentos de Gráfica - 4cr	Produção Gráfica - 4cr	Módulo de Atividades NB - Gráfica - 10cr	
	História do Design - 4cr	Módulo de Atividades H - Cor 4cr	Estágio Supervisionado I 2cr	
	Módulo de Atividades H - Arte e Tecnologia 4cr	Mod H-WEB Design - 4cr		
28 créditos diurno	30 créditos diurno	30 créditos diurno	30 créditos diurno	
5º semestre	6º semestre	7º semestre	8º semestre	
Projeto V (Lúdico) - 4cr	Estágio Supervisionado III- 2cr	Projeto VI a/PGD (Livre) - 4cr	Projeto VI b/PGD (Livre) - 4cr	
Design de Sistemas Informacionais - 4cr	Marketing IV - 4cr	Antropologia - 4cr	Ética e Legislação 2cr	
Imagem em Movimento - 4cr	Módulo de Atividades NB - Computação Gráfica - 10cr	Análise Gráfica - 4cr	Módulo de Atividades E-Assuntos Emergentes em Design e Marketing- 4cr	
Mod.H-DSG e Merchandising - 4cr	Finanças III- 2cr	Módulo de Atividades E- Gestão em Design 4cr	Mod NB-Criatividade- 2cr	
Estágio Supervisionado II 2cr		Psicologia do Consumo - 2 cr		
Módulo de Ativ NB- Imagem Eletrônica-10cr				
28 créditos diurno	18 créditos retorno	18 créditos retorno	12 créditos retorno	

Total de horas-aula disciplinares: 194 créditos / 3492 horas aula

ACOM Atividades Complementares: 144 horas aula

Obs 1: O estágio é obrigatório no curso de Design. A carga de estágio corresponde a 10% sobre as horas aula curriculares, o que corresponde a 350 horas aula, assim distribuídas:

Estágio Supervisionado I (4º semestre): 02 cred. - 36h

Estágio Supervisionado II (5º semestre): 02 cred. - 36h

Estágio Supervisionado III (6º semestre): 02 cred. - 36h

Complementação do Programa de Estágio: 242 horas aula

(As horas referentes à complementação de horas de Estágio devem ser feitas entre os 4º e 6º semestres)

Total de horas para a formação do Designer ESPM: 3878 horas aula

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



RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

O grande desafio do século 21

Capacitar profissionais e organizações em geral para atuarem como diplomatas corporativos é um grande desafio que se coloca nos tempos atuais, para que esse novo tipo de profissional esteja habilitado a ajudar as empresas a influenciar, de forma positiva e ética, políticas governamentais e estratégias empresariais, a fim de trazer vantagem competitiva para os negócios e para o País.

Temos a convicção de que formaremos gestores de marketing e negócios internacionais preparados para liderar o Brasil no mundo globalizado do século 21. Oferecemos um curso sem fronteiras para formar um profissional na fronteira, pronto para intervir ativamente em um mundo sem fronteiras. Essencialmente, queremos que o graduado em Relações Internacionais pela ESPM seja um gestor para o mundo de hoje com os olhos voltados para o amanhã.

Como definir um diplomata corporativo e quais as suas atribuições

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, **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 este profissional representa.

O diplomata corporativo é aquele profissional capaz de, além de ter 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, finanças corporativas, finanças internacionais).

O diplomata corporativo é um profissional que, além de ser capaz de dominar as ferramentas de negócios para exercício da tática, é um profissional que atua como estrategista no topo de uma corporação. Pois ao longo de sua trajetória profissional poderá ocupar cargos nas áreas comerciais e administrativas de empresas voltadas para o comércio exterior e/ou de caráter multinacional, com operações em vários países, bem como de pequenas e médias empresas que desejem ampliar suas perspectivas de negócio, engajando-se no esforço exportador, com a tarefa de:

- Elaborar estratégias de marketing em ambiente de negócios internacionais.
- Realizar acordos, avaliação econômico-financeira e relações jurídicas internacionais.
- Elaborar planejamento estratégico de Marketing Internacional.
- Gerir finanças de mercado e gestão de marcas internacionais.
- Elaborar estratégias diplomáticas na área de negócios.
- Gerir a comunicação com mercados internacionais.
- Desenhar, coordenar e executar a política externa corporativa
- Articular as necessidades estratégicas da organização com os desafios impostos pelos governos e sociedade.

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

- Gerir a estratégia da organização em meio aos obstáculos, políticos, culturais, econômicos, etc. que a corporação moderna deve afirmar.
- Realizar cruzamentos complexos de informações que vão desde diferenças culturais passando pela capacidade de avaliação de ambientes políticos e econômicos, até a capacidade de transformar isso em resultados financeiros.
- Preocupar com a forma com que a empresa é percebida nas dimensões – **mercado, governo, sociedade e informação** – da política externa corporativa.
- Defender os interesses do seu empregador junto a governos, comunidades, imprensa, academia, organizações não-governamentais e entidades estrangeiras, entre outras.
- Levantar e monitorar todos os riscos (econômicos, financeiros, políticos, culturais, legais, etc.) para melhor apoiar as iniciativas internacionais das empresas e coordenar os objetivos da política externa corporativa com potenciais problemas e distintas áreas de impacto nos negócios internacionais.

Como surgiu o profissional diplomata corporativo no mercado e no que ele consiste

O profissional diplomata corporativo surgiu exatamente no momento em que os novos tipos de atores emergiram como sujeitos, comportando-se quase da mesma forma como o das unidades políticas. A principal diferença é que esses novos tipos de atores não são detentores da capacidade de fazer a guerra, mesmo que estejam jogados num ambiente anárquico. Eles começaram a se manifestar buscando seus interesses com autonomia suficiente para que se afirme que tais interesses não são semelhantes aos dos Estados em que estão baseados e nem lhes representam.

Por que a necessidade de um diplomata corporativo

As transformações ocorridas nas relações internacionais nos últimos trinta anos trouxeram uma novidade para o mercado: o surgimento de um tipo de profissional que tem sido exigido por grande parte das instituições, tanto as organizações governamentais, quanto as não-governamentais, bem como para as Organizações Internacionais. Mas, principalmente, para as corporações públicas e privadas. Diríamos ainda que para as corporações privadas, esse tipo de profissional tem se mostrado essencial.

Qual é o papel desse novo profissional denominado diplomata corporativo

Se essa é a nova realidade, observamos que as corporações necessitam de um profissional que pense as estratégias empresariais inseridas nesse contexto em que a cadeia produtiva está globalizada e a realidade política e social está internacionalizada. Não se pode mais pensar as estratégias empresariais apenas observando-se os 4 Ps (produto, preço, praça e promoção) e definir o marketing, do doméstico ao global, pois sua escolha dependerá do nível de conhecimento que tiver, sem ter capacidade de compreender a dinâmica das relações internacionais. Compreender a definição das políticas públicas de uma unidade política, principalmente a política externa, os trâmites diplomáticos, a configuração das relações de força no sistema e subsistemas internacionais, a estrutura da sociedade internacional e a dinâmica da paz e da guerra entre os povos. Como fazer

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

uma análise de conjuntura da política internacional para a região de seu interesse e como montar uma estratégia de aproximação e confronto com os demais atores do sistema.

Foco no mercado sem perder a identidade da diplomacia

O curso de graduação em relações internacionais da ESPM foi construído de forma que os estudantes não percam a identidade do curso de **Diplomacia**. Além das disciplinas clássicas, como Direito, Economia e Ciência Política, agrega ao formando uma vasta formação em Marketing Internacional, Finanças, Métricas e Modelagens de Negócios e Country Studies (eixo no qual a formação dos estudantes será focada para o estudo de Geografia dos Negócios Internacionais): América do Sul e Caribe; EUA, Canadá e México; Europa Ocidental e Leste Europeu; Japão, Tigres Asiáticos, Sudeste Asiático e Austrália; China, Rússia e Índia; Oriente Médio e África. Isso faz com que o curso seja singular quando comparado aos demais existentes, pois a vocação da ESPM, tradicionalmente, é formar executivos para o mercado, nacional e/ou internacional.

Variáveis que demandam a ação de um diplomata corporativo

- Acordos internacionais de comércio
- Deficiência da infraestrutura dos portos, aeroportos e rodovias
- Redução da burocracia da máquina pública
- Proteção à propriedade intelectual
- Segurança jurídica dos contratos
- Morosidade dos trâmites judiciais
- Mudanças de normas tributárias
- Barreiras sanitárias
- Pirataria e contrabando
- Subsídios e incentivos fiscais
- Legislação ambiental
- Flexibilização das leis trabalhistas

Finalidades e objetivos do curso

As finalidades do curso de graduação em Relações Internacionais abrangem:

- a Possibilitar uma sólida formação econômica, histórica e política que permita compreender e interpretar corretamente os grandes movimentos geopolíticos, a dominação econômica e as relações comerciais do mundo contemporâneo;
- a Estudar o desenvolvimento da globalização em todas as suas implicações – política, econômica, social, cultural e comercial;
- a Estudar a natureza, objetivos e estruturas das modernas empresas multinacionais que olham para o mercado global como seu campo natural de trabalho;
- a Estudar os princípios básicos do trading e do marketing internacionais;
- a Capacitar o estudante a montar e aplicar estratégias de marketing para a abertura do desenvolvimento e consolidação de mercados no exterior;

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

- a Estudar as características culturais das principais sociedades modernas e a sua interação com as atividades comerciais;
- a Estudar o fenômeno do surgimento das grandes marcas globais;
- a Estudar as estratégias globais de marketing e de comunicação dessas grandes marcas;
- a Estudar os sistemas de administração das empresas e negócios internacionais;
- a Analisar com profundidade exemplos reais de grandes empresas multinacionais e exportadores brasileiros e estrangeiros.

A concepção do curso de graduação em Relações Internacionais da ESPM

A partir de uma vasta pesquisa sobre os cursos de Relações Internacionais existentes, a ESPM lançou um curso singular, uma vez que, além de ter como objetivo a formação de um **diplo-mata corporativo**, conta com o diferencial de ter em sua matriz curricular a ênfase em marketing, finanças, métricas e modelagem de negócios e “Country Studies”. Outra característica singular é a sua estruturação de seu curso em oito fases contando com dez eixos.



Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

O curso está estruturado em dez grandes eixos, assim denominados:

1. RELAÇÕES E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Este eixo tem como objetivo geral capacitar os estudantes na gestão estratégica de negócios internacionais e é composto de disciplinas introdutórias que caracterizam noções fundamentais empregadas no estudo das relações internacionais; disciplinas voltadas para o ensino das principais correntes teóricas no estudo das relações internacionais; de disciplina de História das Relações Internacionais e de disciplinas de análise das instituições políticas e econômicas internacionais.

2. MARKETING E COMUNICAÇÃO

Seu objetivo geral é o de capacitar os estudantes para avaliar e aplicar princípios básicos do trading e do marketing internacionais. Neste eixo incluem-se disciplinas voltadas para orientação profissional com ênfase no grande diferencial que a ESPM deseja, o de ter ênfase em marketing e negócios. É o segundo eixo mais importante para a identidade do curso, pois neste pode-se visualizar a preocupação com o perfil do egresso na sua dimensão de gestor de marketing.

3. CIÊNCIAS SOCIAIS

Este eixo é de fundamental importância para habilitar os estudantes para interpretar corretamente as características sociais, comerciais e culturais dos mercados externos. Dessa forma, as disciplinas de humanidades têm o papel fundamental de desenvolver as capacidades atitudinais, justificando a inserção nesse eixo de disciplinas, tais como: teorias políticas, sociologia das relações internacionais, psicologia, sociologia da religião, etc.

4. FINANÇAS, MÉTRICAS E MODELAGEM DE NEGÓCIOS

O profissional de relações internacionais está cada vez mais se inserindo no relacionamento com investidores. Dessa forma necessita pensar estrategicamente e a viabilidade de negócios só pode ser possível se este dominar as finanças. Para tanto, o objetivo desse módulo é o de capacitá-lo na gestão estratégica de negócios internacionais, incluindo competências nas áreas de relacionamento com investidores.

5. COUNTRY STUDIES

Uma dimensão do perfil do egresso no curso de relações internacionais é a de ser capaz de apreender problemas globais e fundamentais; apreender os objetos em seu contexto, sua complexidade, seu conjunto, ou seja, estabelecer as relações mútuas e as influências recíprocas entre as partes e o todo em um mundo complexo. Sendo assim, neste módulo estão destinadas várias disciplinas como: Geografia dos Negócios Internacionais; Country Studies: América do Sul e Caribe; EUA, Canadá e México; Europa Ocidental e Leste Europeu; Japão, Tigres Asiáticos, Sudeste Asiático e Austrália; China, Rússia e Índia; Oriente Médio e África.

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

6. ECONOMIA

Este eixo tem como objetivo capacitar o estudante a interpretar os conceitos básicos da ciência econômica, decodificar a linguagem específica e ter acesso crítico às notícias da área; compreender as origens de nosso modelo de desenvolvimento, suas fases, crises e alterações. Deverá, também, assumir competência crítica para comparar tal modelo com o de outros países, sobretudo na fase V, quando do estudo de economia internacional.

7. DIREITO

Este eixo tem como objetivo demonstrar os princípios e fundamentos do Direito; demonstrar as diversas questões gerais de Direito que envolvem as relações entre as nações, bem como os organismos internacionais responsáveis pela produção de normas de Direito Internacional. Tem como meta apresentar as normas internacionais referentes às relações econômicas entre as nações com ênfase na área de direito comercial que envolve, além dos contratos internacionais, os direitos de autor e do consumidor e, por fim apresentar a evolução histórica dos sistemas de direito nas nações a partir do estudo do Direito Comparado.

8. PRÁTICA DE IDIOMAS

Este eixo tem como objetivo a prática de idiomas estrangeiros. Serão ministrados dois semestres das línguas inglesa e espanhola. Lembrando que nos dois primeiros semestres do curso, a dedicação do estudante ao curso deve ser integral. O inglês é ministrado pela Cultura Inglesa. Para o ensino de espanhol, temos corpo docente próprio da ESPM – com possibilidade de os estudantes cursarem “espanhol avançado” na Universidad Nebrija, em Madri – Espanha. Além dos idiomas inglês e espanhol, os estudantes poderão também cursar francês e mandarim. A ESPM tem parceria com a Aliança Francesa e com a Escola Chinbra. No início do curso é realizado teste para que os alunos sejam agrupados de acordo com o seu nível. Todos os idiomas são ministrados nas instalações da ESPM. A partir do terceiro semestre do curso várias disciplinas que compõem a matriz curricular são ministradas em inglês e espanhol.

9. PGI – PROJETO DE GRADUAÇÃO INTERNACIONAL

A missão da ESPM consiste em “consolidar-se, cada vez mais, como centro de excelência de estudo e ensino, voltado para a vanguarda do conhecimento nas áreas de atuação da Escola, seu foco é a educação com qualidade, visando atender às necessidades e expectativas do mercado e da sociedade”. Assim, o PGI configurar-se-á como atividade acadêmica mais comprometida com a aprendizagem do que com contribuições inovadoras ao desenvolvimento da ciência e da tecnologia. Consequentemente, será mais trabalhado o ‘ensino com pesquisa’ do que o ‘ensino para a pesquisa’.

10. ESTÁGIO SUPERVISIONADO

O objetivo deste eixo é integrar o processo de ensino-pesquisa-aprendizagem. Contribuir para a formação de um profissional que detenha um conhecimento amplo, profundo e articulado

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

da realidade organizacional. Oferecer uma oportunidade para o estudante elaborar uma reflexão fundamentada na área de seu maior interesse pessoal, profissional e/ou acadêmico por meio de exercício investigatório; instrumentar o estudante para a atitude do “aprender a aprender”, de forma que, em etapas posteriores à sua graduação, sintam-se capazes de elaborar diagnósticos, planos de melhoria, programas de avaliação, interpretações compatíveis com a realidade organizacional internacional, etc. Há possibilidade de os estudantes realizarem “estágios internacionais” de curta duração (dois meses) ou até um semestre. No caso de o estudante realizar estágio de curta duração, isso não compromete a conclusão do curso em oito semestres; já no caso, de o estudante optar por estágios internacionais de seis meses, a integralização do curso passa de oito semestres para nove semestres. A ESPM tem um departamento próprio denominado CINTEGRA, que tem como objetivo buscar e ofertar vagas de estágios nacionais e internacionais. Além de possuir um escritório da AIESEC, que possibilita acessos de estágios internacionais em mais de 95 países.

Habilidades e competências

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



Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

Gestão de negócios internacionais

- Capacidade executiva e empreendedora na gestão estratégica de negócios internacionais;
- Capacidade de tomada de decisões locais e globais;
- Capacidade de compreender e interpretar corretamente os grandes movimentos geopolíticos, a inter-relação econômica e comercial do mundo contemporâneo;
- Capacidade de gerenciar ações que possam fortalecer o processo de engajamento das pequenas e médias empresas na atividade exportadora;
- Capacidade de analisar com profundidade exemplos reais de grandes empresas multinationais e exportadores brasileiros e estrangeiros.

Especificamente no que se refere aos negócios internacionais, os estudantes serão habilitados a atuar no relacionamento com investidores, pois em sua formação há uma enorme carga horária em finanças, métricas e modelagens de negócios, economia, direito e marketing internacional, possibilitando ao profissional de RI da ESPM atuar com ampla diversidade de habilidades e competências.

No que se refere às ações que aproximam os investidores e analistas, esclarecendo dúvidas e apresentando a estratégia da empresa, podemos encontrar as seguintes atribuições do profissional de diplomacia corporativa:

- Interação no exterior na área de vendas, na cadeia de fornecimento, no comércio B2B.
 - Atendimento aos investidores nacionais e internacionais.
 - Pesquisa de mercado, concorrentes e do setor econômico.
 - Análise do desempenho das ações e de demonstrações financeiras.
 - Planejamento, organização e logística de eventos.
 - Valuation de empresas.
 - Elaboração de relatórios, newsletter, planilhas e apresentações institucionais.
 - Relacionamento com a Imprensa, CVM, Bovespa e analistas de investimento.
 - Ações para vantagens competitivas (fidelização, fortalecimento da marca, viabilização de alianças estratégicas e melhoria de relacionamento com stakeholders).
 - Visitas às unidades operacionais das empresas.
 - Roadshows, reuniões e conference calls.
- Realização de congressos, feiras e seminários.

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

Gestão de Marketing Internacional

Capacidade para avaliar e aplicar princípios básicos do “trading” e do marketing internacionais;

- Habilidade em aplicar os ferramentais de marketing em situações de negócios multiculturais;
- Capacidade de montar e aplicar estratégias de marketing para abertura, desenvolvimento e consolidação dos mercados no exterior;
- Capacidade de elaborar estratégias globais de marketing e comunicação de grandes marcas globais.

Gestão de Pessoas

- Habilidade de gerenciar conflitos;
- Habilidade de interpretar corretamente as características sociais, comerciais e culturais dos mercados externos;
- Capacidade de ter relações interpessoais no tratamento de questões econômicas, no âmbito dos mercados globais;
- Capacidade de liderança e desprendimento para ações que envolvam gestão de risco.

O mercado de trabalho para o diplomata corporativo

Ocupar cargos nas áreas comerciais e administrativas de empresas voltadas para o comércio exterior e/ou de caráter multinacional, com operações em vários países, bem como de pequenas e médias empresas que desejem ampliar suas perspectivas de negócio, engajando-se no esforço exportador, com a tarefa de:

- Elaborar estratégias de marketing em ambiente de negócios internacionais;
- Realizar acordos, avaliação econômico-financeira e relações jurídicas internacionais;
- Elaborar planejamento estratégico de Marketing Internacional;
- Gerir finanças de mercado e gestão de marcas internacionais;
- Elaborar estratégias diplomáticas na área de negócios;
- Gerir a comunicação com mercados internacionais.

Áreas de atuação do diplomata corporativo

- Empresas multinacionais
 - Gestão de marketing internacional
 - Gestão de negócios internacionais
 - Gestão de pessoas
- Consultoria
- Organismos internacionais
- Governo

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

- Imprensa
- Terceiro setor
- Think thanks (grupos ou centros de pensamento para discussão de ideias)
- Academia (ensino e pesquisa)

PORTAS DE ENTRADA NO MERCADO DE TRABALHO PARA O EGRESSO DE RI DA ESPM.

Existem quatro portas de entrada no mercado de trabalho para o egresso do curso de RI:

Área de Planejamento - Estratégia Empresarial, Finanças Corporativas:

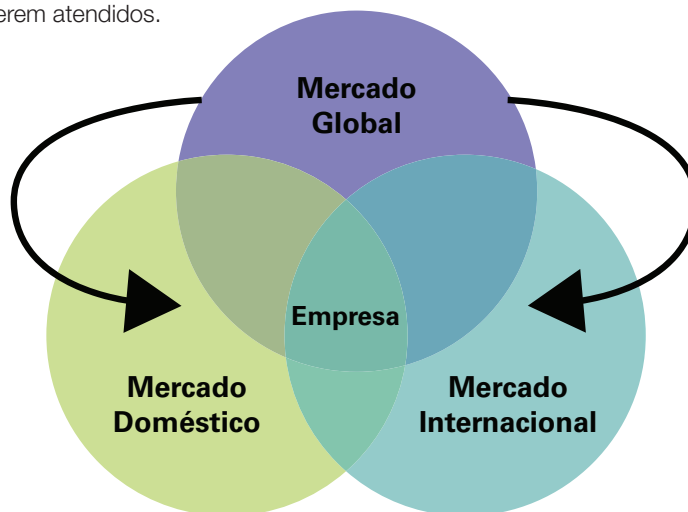
O profissional fará o delineamento da estratégia empresarial, avaliando oportunidades e ameaças do ambiente internacional e estabelecendo os pontos fortes e fracos da organização face às necessidades deste ambiente, inclusive sob o ponto de vista financeiro. Será capaz de identificar e promover os fatores críticos à inserção da empresa no mundo dos negócios internacionais.



Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

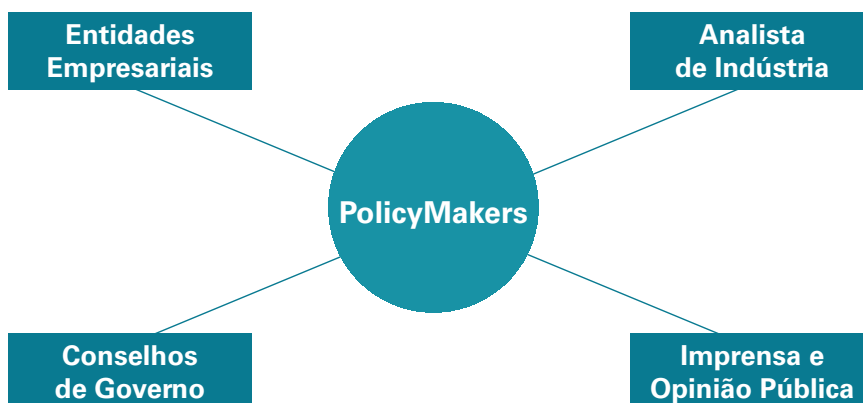
Área de Marketing Internacional - Estratégia Empresarial, Marketing Estratégico:

O profissional contribuirá para a definição das principais estratégias de entrada, desenvolvimento e ampliação de mercados externos. Contribuirá para a elaboração dos programas de ação necessários à implementação das decisões sobre preços internacionais, logística, comunicação e alinhamento ou adaptação de produtos às características locais, de acordo com os diferentes mercados a serem atendidos.



Área Corporativa e Institucional - Relações com o Governo, Entidades Empresariais, Comunidade, Imprensa:

O profissional participará, diretamente, da definição das políticas que nortearão as ações internacionais da empresa e, indiretamente, como apoio às instituições governamentais e às entidades empresariais na definição de suas políticas e programas de ações internacionais. Poderá operar como elo entre a organização, a comunidade e os veículos de comunicação especializados em questões internacionais.

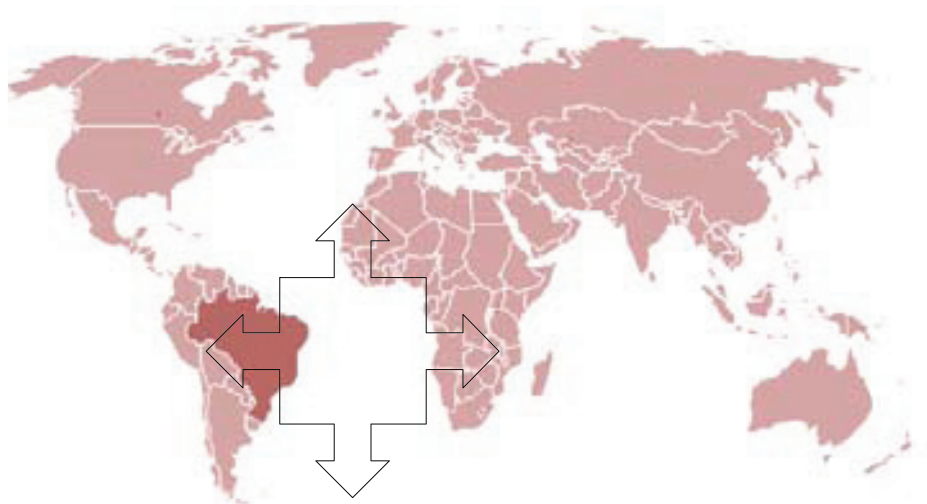


Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

Área de Comércio Exterior - Importação, Exportação, Logística, Compras, Materiais e Suprimentos:

Geralmente as empresas iniciam o processo de internacionalização exportando seus produtos por meio de agentes ou nomeando distribuidores locais. Em seguida, buscam estabelecer uma base de presença local, coordenando ações de mercado e oferecendo maior segurança e visibilidade perante os novos clientes. Por fim, desenvolvem presença e produção locais criando vantagens competitivas.

O profissional contribuirá para ampliar o campo de atuação da empresa, passando de um escopo doméstico para o âmbito internacional. Estabelecerá procedimentos que permitirão à empresa atuar nas áreas de Exportação direta e indireta, progredindo para a presença local, com escritórios próprios de distribuição e, caso necessário e oportuno, desenvolvendo produção e presença locais, ajudando a construir um mercado global de atuação, chancelado por um “selo de qualidade internacional”.

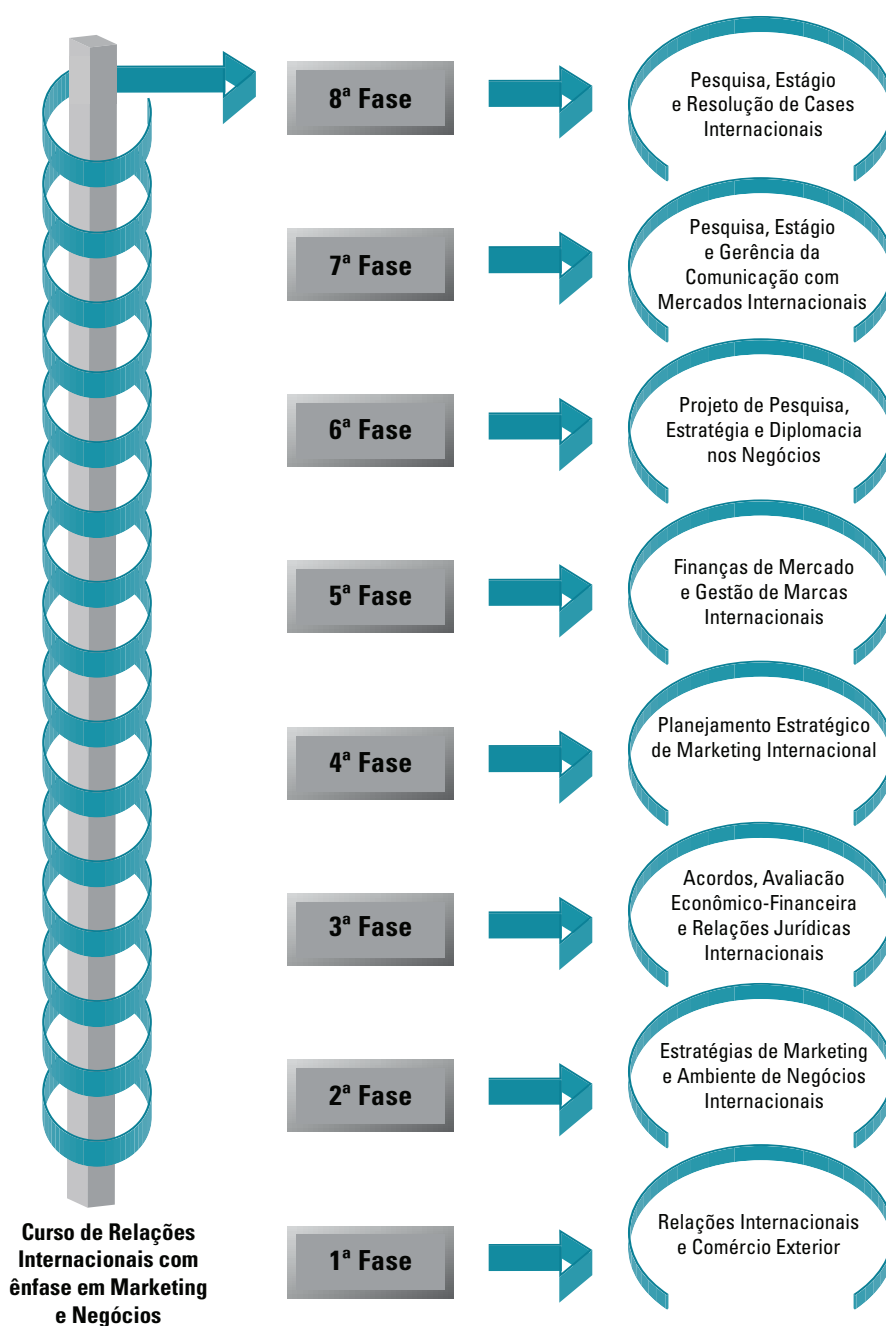


Após vivência nessas áreas e experiência específica em negociações empresariais, o egresso poderá exercer a função de diplomata corporativo, assessorando diretamente o presidente e os demais diretores das organizações.

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

Fases e Eixos de Aprendizagem do curso de Relações Internacionais com Ênfase em Marketing e Negócios

O curso está estruturado em oito fases (oito semestres) e cada uma delas terá um projeto norteador com objetivo de consolidar a inter, a multi e a transdisciplinaridade do curso. Portanto, o curso inicia-se com o tema “Relações Internacionais e Comércio Exterior” e finaliza em sua oitava fase com “Pesquisa e Resolução de Cases Internacionais”.



Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

Estágio Supervisionado, PGI – Projeto de Graduação Internacional e ACOM – Atividades Complementares

O curso também privilegia: o estágio supervisionado, a pesquisa e as atividades complementares. No Estágio Supervisionado, em que os estudantes poderão exercer a práxis (junção da teoria e a prática); no PGI – Projeto de Graduação Internacional, em que os estudantes poderão exercitar a iniciação científica; e nas Atividades Complementares (ACOM), em que os estudantes poderão complementar o seu currículo através de 12 modalidades de atividades complementares como, por exemplo: atividades de extensão nacionais e internacionais, eventos, missões diplomáticas, feiras internacionais, etc.

TCM – Trabalho de Convergência Multidisciplinar

A cada semestre os estudantes realizam o TCM, no qual procura mostrar em que sentido a forma de pensar multidisciplinar se relaciona ao comportamento dos profissionais, enquanto sujeitos, no cenário internacional. Para isso, construímos quatro pilares que denotam uma atitude frente ao mundo, baseada na postura ética, que o curso pretende que esteja perpassando todas as fases:

1. Ao tornar complexas as articulações das fronteiras entre as disciplinas, o modo de pensar multidisciplinar posiciona o egresso em um mundo no qual as fronteiras que conformam os próprios traços de seu fenômeno identitário serão permanentemente afetadas pelos processos sociais e subjetivos em curso.
2. Ao propor o estabelecimento de pontes entre as disciplinas, ao sugerir diálogos multidisciplinares, a postura se relaciona à necessidade constante à qual o profissional estará submetido, enquanto ator no cenário internacional, de construir a cultura do diálogo. Essa atitude é condição fundamental para a edificação de um ambiente internacional mais ético, solidário e livre de preconceitos.
3. Ao trazer as disciplinas em sua conjunção, em seu encontro, abre-se outro espaço de conhecimento, fruto desta interação. Este espaço irá revelar, acima de tudo, o desconhecido. Na impossibilidade de prevermos, com exatidão, quais serão os frutos desses encontros, simbioses multidisciplinares, podemos somente aguardar o novo. Isso exige uma postura científica, epistemológica e pessoal de se estar aberto ao novo. Da mesma forma, sabemos que um elemento primordial necessário àqueles que atuam no plano internacional é se relacionar com o novo, compreendê-lo, surpreender-se e também se revelar.
4. A multidisciplinaridade se pauta também sobre o conceito de complexidade, como um vetor crucial de compreensão do mundo contemporâneo.

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

Apoio a Empregabilidade para os estudantes de Relações Internacionais

Na ESPM há vários departamentos e eventos que cuidam da empregabilidade dos estudantes, tais como:

CINTEGRA / CANAL ESPM

Na **ESPM** você terá um departamento exclusivo que cuidará de sua inserção no mercado. Para isso há o **CINTEGRA**. Há também o **CANAL ESPM**, uma ferramenta utilizada para facilitar o ingresso de estudantes e ex-estudantes no mercado de trabalho. É um sistema totalmente interativo e dinâmico, permite que as empresas entrem em contato direto com o candidato que possua o perfil do profissional desejado.

Fórum Global Career

Trata-se um Fórum organizado pela ESPM e AIESEC-ESPM que tem como objetivo discutir com gestores de RH de empresas multinacionais as habilidades, competências e tendências no mercado de trabalho internacional.

Gestão e Planejamento de Carreiras Globais.

Trata-se de workshops com profissionais de RI inseridos no mercado de trabalho. É um espaço permanente para os estudantes esclarecerem dúvidas sobre sua inserção profissional por meio de orientações voltadas para a análise de competências, habilidades, do ambiente de trabalho e de perspectivas em distintas carreiras globais. Consiste na organização periódica de palestras e workshops com profissionais que atuam em diversas esferas profissionais, com perfil internacionalista, tais como: governo, multinacionais, terceiro setor, organismos internacionais, imprensa, pesquisa, docência, etc.

ATIVIDADES COMPLEMENTARES ESPECÍFICAS PARA ESTUDANTES DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Memória & Conjuntura

Trata-se de eventos com temas importantes na área internacional, desde aqueles históricos até aqueles pontuais. Esse evento discute temas conjunturais de grande importância nacional e internacional.

Global Affairs

Têm como objetivo trazer personalidades que estão intensamente envolvidas em ações de internacionalização para discutir a sua viabilização, consolidação e tendências através da perspectiva da diplomacia corporativa e empresarial. Essas palestras acontecerão semestralmente nas dependências da ESPM, abertas aos públicos interno e externo.

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

PROVI – Programa de Visitas Institucionais.

É um programa gerenciado pelo CINTEGRA e por professores do curso de Relações Internacionais tendo como objetivo levar os estudantes para missões in loco às instituições, tais como Congresso Nacional, STF, Senado, portos, aeroportos, Assembleia Legislativa Estadual, Embaixadas, Consulados, etc.

Observatório da Alteridade

O Observatório da Alteridade é um espaço oferecido aos estudantes de Relações Internacionais que se organiza como um observatório de sinais, ou seja, visa captar sinais de transformações sociais, políticas, econômicas e culturais, através de outras formas de leitura da realidade, como o cinema, a música, as artes em geral, sempre com o auxílio de textos sobre os assuntos debatidos. Em cada semestre, são discutidos assuntos diferentes.

Observatório de Diplomacia & Estratégia

O objetivo do Observatório de Diplomacia e Estratégia é prover aos estudantes de relações internacionais meios de compreender e aplicar os conceitos de Estratégia e Diplomacia. A sua mecânica é apresentar experiências, ou situações, que podem ser organizadas em categorias distintas e formar múltiplas relações interdependentes entre si. Assim, as situações ou experiências são apresentadas em categorias, de acordo com suas características básicas ou atributos críticos. Esses atributos críticos são apresentados em sequências específicas, relacionamentos ou padrões que qualificam uma determinada categoria. A ordenação de atributos compõe os conceitos de Estratégia e Diplomacia. A dinâmica da apresentação e exposição de conceitos simples e múltiplos dar-se-á por meio de jogos como xadrez, entre outros, e palestras com especialistas nas áreas (1) militar, (2) diplomática, (3) empresarial e (4) jogos e competições esportivas.

Observatório de Cenários “O Brasil no Mundo 2025”

O Projeto Cenário foi desenvolvido por professores do curso de graduação em Relações Internacionais da ESPM a partir da constatação de que (1) cada vez mais o desenho de cenários prospectivos assume importância na capacidade de atuação de governos e empresas, num momento em que (2) há escassez de profissionais qualificados para a concepção de desenvolvimento de cenários. Tem os seguintes objetivos: desenvolver e aprimorar metodologias aplicadas ao desenvolvimento de cenários; oferecer aos corpos docente, discente e administrativo da ESPM oportunidade para o aprendizado na elaboração de cenários, bem como da aplicação dos mesmos.

Observatório de Direito Internacional

O Observatório de Direito Internacional é um espaço oferecido aos estudantes do curso de Relações Internacionais que tem como objetivo realizar discussões, workshops e oficinas direcionadas à área de Direito Internacional. Um dos objetivos desse observatório é capacitar os estudantes para análises de cenários em que se exige a compreensão das variáveis do Direito Internacional

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

em suas várias dimensões, chamando a atenção especificamente para as Relações Jurídicas do Comércio Internacional.

Prática de Idiomas

Os estudantes terão obrigatoriamente em sua matriz curricular a prática de idiomas: inglês e espanhol. Haverá disciplinas destinadas exclusivamente para o ensino-aprendizagem de idiomas, mas, a partir do terceiro semestre do curso, haverá disciplinas que serão ministradas em inglês e espanhol.

ESPM, Cultura Inglesa, Aliança Francesa e Chinbra: parceiros no ensino de idiomas.

A **ESPM** firmou parceria com a Cultura Inglesa (inglês), Aliança Francesa (francês) e Chinbra (mandarim). Como afirmamos, inglês e espanhol são obrigatórias, ou seja, são **intracurriculares**, uma vez que estão inseridas na matriz curricular.

O nível de inglês ofertado é do segmento **The Club da Cultura Inglesa** focado em **Business English**. O estudante, para cursar os níveis ofertados na condição intracurricular, deverá ter no mínimo o nível Pre Intermediate 2, caso não tenha esse nível deverá cursar na condição extracurricular até alcançar o nível ofertado na condição intracurricular (Intermediário Superior I e II e Avançado I e II). Se, no teste, o estudante alcançar o nível acima do Avançado II será dispensado de cursar o idioma inglês.

No caso de espanhol o estudante só será dispensado se alcançar o nível IV.

Já o idioma francês e o mandarim são considerados extracurriculares, ou seja, são complementares.

Recomendamos fortemente que todos os estudantes, até a conclusão do sétimo semestre, tenham Certificação Internacional da Língua Inglesa e Espanhola, respectivamente o **BEC HIGHER – Business English Certificate** e o **DELE – Intermedio – Diploma de Español como Lengua Extranjera**. Os estudantes que desejarem fazer intercâmbios na Schiller International University deverão ter o TOEFL.

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

DUPLA CERTIFICAÇÃO EM 5 (CINCO) DIFERENTES PAÍSES – SCHILLER INTERNATIONAL UNIVERSITY

Os estudantes do curso de Relações Internacionais com ênfase em Marketing e Negócios da ESPM poderão obter a dupla certificação, ou seja, poderá ter dois certificados: um pela ESPM e outro pela Schiller International University.

Pela ESPM o certificado será o de bacharel em Relações Internacionais com ênfase em Marketing e Negócios; o emitido pela Schiller International University poderá ser um dos seguintes certificados: Bachelor Business Administration in International Business ou Bachelor of Arts in International Relations and Diplomacy. Para obter um desses certificados os estudantes deverão cursar mais 33 créditos, sendo que 27 desses deverão ser presenciais nos países que escolher. Os seis créditos restantes poderão ser cursados on-line. O mínimo de semestres que deverão ser cursados na ESPM são oito semestres. Estudantes que optarem pela dupla certificação, dependendo da forma que organizar seus créditos, integralizarão o curso em nove semestres.

O estudante poderá escolher até três países diferentes, entre eles: EUA – Flórida; FRANÇA – Paris e Estrasburgo; ALEMANHA – Heildelberg; INGLATERRA – Londres; e ESPANHA – Madri. Nos sete campi existentes, todas as aulas são ministradas em inglês e o certificado será expedido pelos EUA.

Os estudantes poderão candidatar-se a partir do terceiro semestre do curso. É realizada uma seleção dos estudantes, levando em consideração seu desempenho acadêmico e o número de horas de ACOMs – Atividades Complementares. Terão prioridade os estudantes que obtiverem os melhores resultados. As variáveis, comportamento do estudante e comprometimento com o curso, também serão consideradas para efeito de classificação/desclassificação.

ENTIDADES DE APRENDIZAGEM PARA OS ESTUDANTES

AIESEC

AIESEC, a maior organização de estudantes do mundo, é a plataforma internacional para jovens descobrirem e desenvolverem seu potencial para agir positivamente na sociedade. Além de proporcionar mais de 5.000 posições de liderança e realizar mais de 350 conferências, a AIESEC realiza um programa de intercâmbios que permite a mais de 4.500 estudantes e recém-graduados viverem e trabalharem no exterior. A ESPM tem um escritório da AIESEC administrado pelos próprios estudantes.

CIERI

Conselho Interinstitucional dos Estudantes de Relações Internacionais é um órgão que representa os alunos de Relações Internacionais da Escola Superior de Propaganda e Marketing perante a Federação Nacional dos Estudantes de Relações Internacionais. Promove e incentiva a amizade

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

e integração entre os alunos de Relações Internacionais da ESPM, solucionando possíveis problemas, representando os interesses dos alunos de Relações Internacionais da ESPM perante outras pessoas, físicas ou jurídicas.

GLOBAL JUNIOR

É a organização que será administrada pelos estudantes do curso de Relações Internacionais, que terá como objetivos: auxiliar empresas, ONGs, organizações, consulados, embaixadas e instituições, através da realização de pesquisas, análises e projetos, no cenário das relações internacionais, envolvendo aspectos políticos, econômicos, culturais e sociais, preservando os valores éticos e, ainda, capacitando os alunos da ESPM para atuarem no mercado. A Global Jr. está em fase de implantação.

DÚVIDAS FREQUENTES

A DUPLA CERTIFICAÇÃO – SCHILLER INTERNATIONAL UNIVERSITY

Todos os estudantes têm direito à dupla certificação?

Sim, todos os estudantes do curso de Relações Internacionais. No entanto, como já descrevemos anteriormente, é necessário passar por um processo seletivo. Aqueles com melhor desempenho terão prioridade.

A partir de que semestre é possível realizar o intercâmbio com a Schiller International University?

A partir do terceiro semestre. No entanto, aqueles que desejarem, poderão primeiro completar os oito semestres na ESPM, para depois completar os demais na Schiller.

Quais modalidades de intercâmbios existem com a Schiller International University?

Há duas modalidades: o Exchange e o Visiting Student. O Exchange é a situação daquele estudante selecionado como bolsista. Nesse caso, não pagará as mensalidades na Schiller International University, mas pagará o semestre normal na ESPM, sendo que, no nono semestre, estará dispensado do pagamento. Já na modalidade Visiting Student, o estudante trancará o semestre na ESPM; não pagará a mensalidade na ESPM, mas pagará a mensalidade na Schiller International University.

Há bolsas de estudos?

Sim, como já respondemos anteriormente, é o caso da modalidade Exchange. Neste caso é realizada uma seleção e o número de bolsas é proporcional ao número de visiting students.

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

É possível realizar os 33 créditos necessários sem precisar cursar o nono semestre na ESPM?

Sim. Nesse caso, o estudante deverá se planejar para fazer as disciplinas somente no período de férias, ou seja, no Summer. Nesse caso, o estudante deverá cursar 3 disciplinas a cada período de férias mais duas on-line. Se o estudante planejar seus créditos a partir do terceiro semestre, não terá dificuldades de completar todos os créditos dentro do limite de oito semestres. Mas, nesse caso, o estudante terá que ir três vezes para o exterior e poderá escolher três países entre os cinco em que há campus da Schiller International University.

O idioma utilizado na Schiller International University é o mesmo do país-destino? Ou seja, na França é o francês, na Alemanha, o alemão, na Espanha, o espanhol?

Não. Em todos os campi, independentemente do país, o idioma utilizado será o inglês.

Além dos critérios utilizados na ESPM para selecionar os candidatos, existem outros testes exigidos pela Schiller International University?

Sim. A Schiller International University exige os seguintes testes: TOEFL e Applications. Com relação ao TOEFL é exigido internet based test no mínimo 61. O Application consiste no preenchimento de um questionário para avaliar o perfil do candidato.

Para o estudante que entrará na ESPM já é importante ter o TOEFL?

Sim e não. Sim para os estudantes que já entram na ESPM com interesse em realizar o intercâmbio a partir do terceiro semestre. Não para aqueles que desejam fazer o intercâmbio depois do quarto semestre. Essa observação é importante porque o exame TOEFL tem somente dois anos de validade.

Supondo que o estudante faça a seleção para ficar um semestre em um país para cursar somente três ou seis disciplinas. Para completar o número de créditos em outro país terá que fazer a seleção novamente?

Não, pois, se o estudante realizou sua inscrição, foi selecionado e já cursou alguma disciplina em outro país e não precisará fazer o teste novamente. No entanto, ele não concorre para seleção de bolsa, uma vez que ele já iniciou o processo de dupla certificação.

E, se o estudante realizou a inscrição e não foi selecionado? Ele pode inscrever-se novamente?

Sim. O estudante poderá inscrever-se a cada semestre. Mas é bom lembrar que sempre será considerada uma nova seleção.

Onde posso encontrar mais informações sobre a Schiller International University?

Mais informações podem ser encontradas no seguinte endereço: www.schiller.edu

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

AULAS MINISTRADAS EM INGLÊS E ESPANHOL

O estudante que tem um desempenho sofrível em inglês e espanhol conseguirá acompanhar o curso?

Depende. Se o estudante tiver um nível muito inferior terá dificuldades. Mas as disciplinas que serão cursadas em inglês e espanhol serão somente a partir do terceiro semestre do curso. Portanto, haverá tempo de adaptação. No caso do inglês, o nível mínimo que o estudante devera ter é o Pre Intermediate 2. Aqueles que forem aprovados no Vestibular e, ainda não tiverem esse nível, deverá fazer um esforço extracurricular. No caso do espanhol são ofertados os níveis I, II, III e IV já nos dois primeiros semestres. Portanto, há tempo suficiente de adaptação.

Ao longo do curso, notaremos que espanhol e inglês deixarão de ser diferenciais competitivos. Por isso seria importante os estudantes, ao longo de sua carreira, dedicarem-se a outros idiomas como, por exemplo: mandarim, francês ou alemão. A **ESPM** oferece aos estudantes – como disciplinas extracurriculares, os idiomas francês (Aliança Francesa) e mandarim (CHINBRA).

O CURSO

Qual a diferença do curso da ESPM?

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, enquanto o curso da **ESPM** tem 3.946 horas! 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 seus alunos desenvolvam projetos concretos que possam ser utilizados em situações reais, não só capacitando-os 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 atentos com as tendências e oportunidades oferecidas pela integração mundial.

Qual é a duração do curso de Relações Internacionais da ESPM?

O curso tem duração de quatro anos, ou seja, oito semestres. Sendo que, no primeiro ano, o período é integral, no segundo o período é de manhã e no terceiro e quarto anos o período é noturno. Como já foi afirmado, há possibilidade de os estudantes realizarem “estágios internacionais” de curta duração (dois meses) ou até um semestre. No caso de o estudante realizar estágio de curta

Curso de Graduação em Relações Internacionais - Ênfase em Marketing e Negócios.

duração, isso não compromete a conclusão do curso em oito semestres. Já no caso de o estudante optar por estágios internacionais de seis meses, a integralização do curso passa de oito para nove semestres. A **ESPM** tem um departamento próprio denominado CINTEGRA que tem como objetivo buscar e ofertar vagas de estágios nacionais e internacionais. Além de ter um escritório da AIESEC e parcerias com a STB, Central de Intercâmbio e Blue Gate. No caso de o estudante optar pela dupla certificação, dependendo da forma que ele compor os créditos necessários (33), poderá também ter que integralizar o curso em nove semestres.

Quantas vagas existem?

A **ESPM** oferece 100 vagas por semestre. Existem dois vestibulares por ano, um no Verão e outro no Inverno.

Posso trabalhar e estudar na ESPM ao mesmo tempo?

O estudante da **ESPM** deve concentrar-se nos estudos durante pelo menos os dois primeiros anos, pois são integrais. Nos dois últimos anos as aulas passarão para o período noturno. Portanto, a partir do quinto semestre, os estudantes da **ESPM** já poderão dedicar-se ao estágio, PGI e já estarão trabalhando nas maiores empresas internacionalizadas, pois a **ESPM** já tem Acordo de Cooperação com 80% das 10 maiores empresas exportadoras, como, por exemplo: Daimler Chrysler, Gatt, General Motors, Scania, Petrobrás, Cosipa, Volkswagen. Há também oportunidades de estágio em vários organismos internacionais como, por exemplo, as Câmaras Internacionais. Não recomendamos que os estudantes realizem estágios nos primeiros quatro semestres do curso.

Além da Schiller International University posso complementar os meus estudos em outras universidades internacionais?

Sim. A **ESPM** tem parcerias com várias instituições estrangeiras, na América Latina, América do Norte, Europa, etc. A sua inserção poderá ser possível em qualquer das universidades parceiras. No entanto, é necessário que o estudante curse no mínimo oito semestres na **ESPM**, que é o tempo mínimo de integralização para o curso de Relações Internacionais.

Grade

ESPM

GRADE CURRICULAR - 2010/2

ESPM - CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS COM ÊNFASE EM MARKETING E NEGÓCIOS

EXCO	1º SEMESTRE	CRÉDITOS	H/A	2º SEMESTRE	CRÉDITOS	H/A	3º SEMESTRE	CRÉDITOS	H/A	4º SEMESTRE	CRÉDITOS	H/A			
RINT	Sistema de Comércio Exterior Brasileiro	4	72	Teoria das Relações Internacionais	4	72	Acordos Internacionais	2	36	Geopolítica	4	72			
	Introdução ao Estudo das Relações Internacionais	2	36										Logística Internacional	4	72
AMTC	Análise do Ambiente de Marketing	4	72	Estratégias do Marketing Mix e Diagnóstico	4	72	Marketing de Serviços e Marketing Business to Business	4	72	Planejamento Estratégico de Marketing Internacional	4	72			
CSOC	Teorias Políticas	4	72	Psicologia	2	36	História do Pensamento Filosófico	2	36	Sociologia da Religião	2	36			
	Sociologia das Relações Internacionais	4	72										Antropologia	4	72
CTST				Geografia dos Negócios Internacionais	2	36	Country Studies I - América do Sul e Caribe	2	36	Country Studies II - EUA, Canadá e México	2	36			
MODE	Cálculo Diferencial e Integral	4	72	Contabilidade Empresarial	4	72	Avaliação de Operações Financeiras	4	72	Finanças Corporativas	4	72			
				Estatística Descritiva e Inferência	4	72									
ECON	Introdução à Economia	4	72	Formação Econômica do Brasil	4	72	Microeconomia	4	72	Macroeconomia	4	72			
DIRT	Teoria Geral do Direito	4	72	Direito Internacional Público	4	72	Relações Jurídicas do Comércio Internacional	4	72	Sistemas de Direito Internacional Contemporâneo	2	36			
PRID	Inglês I	4	72	Inglês II	4	72									
	Espanhol I	4	72	Espanhol II	4	72									
	TOTAL		38	684	TOTAL		36	648	TOTAL		30	540	TOTAL	26	468
EXCO	5º SEMESTRE	CRÉDITOS	H/A	6º SEMESTRE	CRÉDITOS	H/A	7º SEMESTRE	CRÉDITOS	H/A	8º SEMESTRE	CRÉDITOS	H/A			
RINT	Conflitos nas Relações Internacionais	4	72	Diplomacia e Negociações Internacionais	2	36	Laboratório de Pesquisa em Relações Internacionais	2	36	Gestão Multicultural	2	36			
	História das Relações Internacionais no Oriente	2	36	História da Política Externa Brasileira	2	36									
AMTC	Gestão de Marcas Internacionais	2	36	Estratégia Empresarial Internacional	4	72	Marketing e Vendas Internacionais	4	72	Gestão de Eventos - Cerimonial e Protocolo	2	36			
			Gestão de Comunicação com Mercados Internacionais	2	36	Sistemas de Informações Internacionais	2	36							
CSOC				Análise da Política Externa Brasileira	2	36	Política no Brasil Contemporâneo	2	36		4	72			
CTST	Country Studies III - Europa Ocidental e Leste Europeu	2	36	Country Studies IV - China, Rússia e Índia	2	36	Country Studies V - Japão, Tigres Asiáticos, Sudeste Asiático e Austrália	2	36	Country Studies VI - Oriente Médio e África	2	36			
MODE	Finanças de Mercado	4	72	Finanças Internacionais	2	36									
ECON	Economia Internacional	2	36												
PGIF	Métodos e Técnicas de Pesquisa	2	36	Estratégias Metodológicas do PGI	2	36	PGI I	2	36	PGI II	4	72			
TOTAL		18	324	TOTAL		16	288	TOTAL		14	252	TOTAL	14	252	
													Disciplinas		3456
													Estágio Supervisionado		346
													Atividades Complementares		144
													TOTAL DE HORA-AULA DO CURSO		3946

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

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



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 aproximadamente 55.000 exemplares em diversas áreas de conhecimento. Destacamos: 33.143 títulos de livros, 1.555 títulos de periódicos nacionais e estrangeiros em versão impressa, 2.974 títulos em DVD, 3.455 títulos em CD, 1.942 títulos em fitas de vídeo, 32.809 jornais e revistas em formato digital e várias monografias digitalizadas, 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 Editor Filme:** 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, regido por normas da ABNT e padrão institucional;
- **Ficha Catalográfica:** elaborada conforme Código de Catalogação Anglo- Americano para o público acadêmico;
- **Clipping de Notícias:** é um serviço enviado por e-mail, **diariamente, composto por coletânea de artigos selecionados e da mais alta** relevância no apoio pedagógico das áreas de atuação da Escola;
- **Aula em Cena:** é um boletim com dicas de filmes, postado quinzenalmente na intranet, e agora também no portal da ESPM. Por este, disponibilizamos aos professores, filmes do acervo da Biblioteca que podem ser utilizados em sala de aula como complemento da disciplina lecionada. São selecionados três filmes – por edição – de áreas de abrangência das disciplinas da ESPM. A seleção de filmes hoje é acompanhada de sinopse e comentários da jornalista Myrna Silveira Brandão;
- **Novas Aquisições:** divulga através do Sistema Virtua o material incorporado ao acervo mensalmente;
- **DSI – Disseminação Seletiva da Informação:** é um serviço personalizado de alerta bibliográfico, que o usuário realiza através do 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 para Deficientes Visuais:** fruto de parceria com Grupo de Bibliotecas Particulares de Ensino Superior – gBipes, serviço que disponibiliza aos deficientes visuais, bibliografia básica em formato digital conforme Portaria Lei nº 9610 de 19/02/1998 que “dispõe sobre requisitos de acessibilidade de pessoas portadoras de deficiência, para instruir os processos de autorização e de reconhecimento de cursos, e de credenciamento de instituições”;

- **Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da ESPM (TEDE/IBICT):** A Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da ESPM (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 do mestrado, através de busca simples e avançada por autor, título, orientador, membros da banca, assunto, resumo e data.
- **Banco de Publicações do Corpo Docente da ESPM:** reúne artigos, entrevistas e participação em eventos dos nossos professores de todas as unidades 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 meio de busca integrada.

Bases de Dados

- **EBSCO:** empresa que gerencia e dá acesso através de serviços de assinaturas de periódicos impressos e eletrônicos a várias bases de dados;
- **A to Z (EBSCO)** serviço desenvolvido pela EBSCO, que permite agilizar a busca do periódico em qualquer base por ela gerenciada, como seguem:

Business Source Complete

Citações, sumários e textos completos dos artigos de mais de 10.000 títulos de publicações e jornais acadêmicos, englobando principalmente as áreas de negócios. Inclui também relatórios anuais de companhias e indústrias das mais diversas regiões. O acesso ao artigo em texto completo está no formato PDF e/ou HTML. A atualização da base é diária;

Professional Development Collection

Base de dados para profissionais de educação, abrangendo uma coleção especializada de mais de 500 periódicos, sendo mais 300 com textos revisados;

Newspaper Source

Constituída por textos completos, selecionados de 25 jornais dos Estados Unidos e de outros países. Além do texto completo de transcrições de notícias de televisão e rádio. Este banco de dados é atualizado diariamente através do EBSCOhost;

ERIC - Educational Resources Information Center

Base contendo mais de 2.200 sínteses com referências para informações e citações adicionais e mais de 980 resumos de publicações relacionadas à educação;

Communication & Mass Media Complete

A CMMC incorpora a CommSearch e oferece texto completo e resumos de mais de 300 periódicos, desde 1915 até hoje. Contém um sofisticado vocabulário e uma abrangente forma de busca para referências de comunicação e meios de comunicação massiva;

Regional Business News:

Base de dados abrangente em texto completo de publicações regionais da área de negócios, incorpora 75 revistas especializadas, jornais e newswires relacionados a negócios de todas as áreas urbanas e rurais nos EUA. Esta base de dados é atualizada diariamente.

- **Film & Television Literatura Index:** Base de dados em texto completo, que cobre todos os aspectos do mundo da televisão e do cinema. Inclui teoria do cinema e da televisão, preservação e restauração, roteiro, produção cinematográfica, aspectos técnicos e revisões. Contém 370 publicações e texto completo para mais de 100 jornais e quase 100 livros.
- **Arquivo da Propaganda:** banco de dados contendo as campanhas de propaganda de televisão, revistas, jornais, rádio, outdoor e outras mídias, com um acervo de peças publicitárias desde 1999;
- **Cenários FGV:** 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 prazos.

Economática: ferramenta para análise de investimentos em ações utilizadas por especialistas das maiores instituições financeiras do mundo;

Emerald: base de dados com mais de 110 títulos de periódicos eletrônicos com texto completo desde 1994 e resumos desde 1989, nas áreas de administração, negócios, marketing e economia;

GMID - Global Market Information Database – EUROMONITOR: proporciona entre outros, estatísticas em perspectiva, bloco econômico; profile completo de 205 países; indicadores de estilo de vida em 205 países e mais de 1.000 relatórios de empresas;

Internet Securities: especializada em fornecer informações macroeconômicas, financeiras, setoriais, de empresas e de negócios sobre mercados emergentes;

IPSOS - SISEN - MARPLAN: banco de dados da SISEN-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, que indicam claramente o

comportamento de targets específicos, otimizando os custos para os clientes. As informações abrangem os mercados: Argentina, Brasil, Chile, México e Costa Rica, por meio do EGM Latam (Estudo Geral de Meios);

Jovedata: base de dados que possibilita identificar e comparar qual é a melhor opção para veicular uma campanha. Contém a compilação em seu ATLAS DE COBERTURA das redes Record, SBT, Globo, RedeTV, CNT, Bandeirantes, Rede 21, MTV e Gazeta. O usuário poderá verificar por qual a rede e por qual emissora o município de interesse da campanha é coberto, ou se preferir, o usuário poderá fazer uma análise do Estado e descobrir quais são as emissoras que o cobrem;

JSTOR - Journal Storage - The Scholarly Journal Archive: arquivo com duas coleções que armazenam e tornam disponíveis periódicos com texto integral, a partir do primeiro número. Arts & Sciences I Collection (com 117 títulos de periódicos) e Business Collection (com 46 títulos de periódicos);

Macrodados: É um poderoso software integrado a uma ampla base de dados econômicos sob a forma de séries históricas com recursos para visualizar, transformar e relacionar indicadores. Inclui ferramentas gráficas, estatísticas e de econometria;

- **Macrodados On-line** – no lugar da Econodados. É a versão on-line de um poderoso software voltado para análise de séries econômicas e integrado a um amplo banco de dados com atualização permanente. Importante para o acompanhamento da evolução da economia brasileira e do cenário internacional, através de análises em profundidade das informações e medidas que são divulgadas.
- **OECD:** A Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD por mais de 40 anos tem sido uma das maiores e mais confiáveis fontes estatísticas comparáveis com dados econômicos e sociais. Além da coleta de dados, a OECD acompanha as tendências, faz análises e previsões da evolução econômica e pesquisas de mudanças sociais ou evolução de padrões do comércio, meio ambiente, agricultura, tecnologia, tributação e muito mais.

PROQUEST - ABI/INFORM GLOBAL (EM CD-ROM): base de dados com mais de 1.000 títulos de periódicos eletrônicos, com acesso ao texto completo de muitos artigos. Abrange as áreas de administração, economia e negócios, ciências contábeis, marketing, gerenciamento, comércio internacional, engenharia de produção, estratégias corporativas;

Relatório ALPHA: índices que apresenta o potencial de consumo, índice de concentração de consumo (ICC) e dados demográficos para todos os municípios do País.

- **Brasil em Foco** – O Banco de Dados Brasil em Foco possui informações sobre o consumo



das populações urbanas e rurais, dados demográficos de todos os municípios brasileiros, atualizados para a nova malha municipal brasileira, além da quantidade de empresas em cada município brasileiro, segmentadas segundo sua principal atividade: agrobusiness, indústria, comércio e serviços.

- **Econômica** – É uma ferramenta para análise de investimentos em ações, utilizada por analistas das maiores instituições financeiras do mundo.

Statística – O objetivo é extrair informações dos dados para obter uma melhor compreensão das situações que representam.

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.

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 <http://newronio.espm.br> e <http://www.espmdigital.com.br>, alunos e professores publicam notícias, novas ideias, casos e referências.

Associação de ex-alunos: denominada EXPM, 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.

Grupo Vocal ESPM: composto aproximadamente por 30 vozes, sob a orientação e direção do maestro Marco Antônio Bernardo, o Grupo Vocal ESPM, além das apresentações internas, realiza apresentações em shopping centers, escolas, entidades filantrópicas e participa de encontros de corais.

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).

Contrato de Prestação de Serviços Educacionais

Administração – Comunicação Social – Design – Relações Internacionais - Ingressantes em 2010/2

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 2o. Semestre do ano letivo de 2010, 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\$ 13.261,20 (Treze mil duzentos e sessenta e um reais e vinte centavos), divididas em 06 (seis) parcelas iguais e sucessivas de **R\$ 2.210,20** (Dois mil duzentos e dez reais e vinte centavos) sendo a primeira no ato da assinatura do presente contrato e as demais, de agosto a dezembro de 2010.

Curso de Administração: R\$ 13.112,85 (Treze mil cento e doze reais e oitenta e cinco centavos), divididas em 06 (seis) parcelas iguais e sucessivas de **R\$ 2.185,48** (Dois mil cento e oitenta e cinco reais e quarenta e oito centavos) sendo a primeira no ato da assinatura do presente contrato e as demais, de agosto a dezembro de 2010.

Curso de Comunicação Social e curso de Design: R\$ 12.964,50 (Doze mil novecentos e sessenta e quatro reais e cinquenta centavos), divididas em 06 (seis) parcelas iguais e sucessivas de **R\$ 2.160,75** (Dois mil cento e sessenta reais e setenta e cinco centavos) sendo a primeira no ato da assinatura do presente contrato e as demais, de agosto a dezembro de 2010.

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 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, comprometendo-se a **CONTRATADA** a devolver ao ingressante o respectivo valor integralmente, mediante solicitação.

Parágrafo Segundo: De acordo com o regimento da ESPM, não é permitido o trancamento das matrículas feitas imediatamente após o concurso vestibular. 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.

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 e 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 na tesouraria da contratada. Em nenhuma hipótese serão considerados pagamentos efetuados por meio de depósito bancário ou outras modalidades que não permitam a identificação do pagador, sendo que após 30 dias da data de vencimento o pagamento deverá ser feito diretamente na sede da **CONTRATADA**.

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\$ 1.139,97** (Hum mil cento e trinta e nove reais e noventa e sete centavos) dividido em seis parcelas iguais e sucessivas de **R\$ 190,00** (Cento e noventa reais) para as matérias com 36 horas-aula; e **R\$ 2.279,95** (Dois mil duzentos e setenta e nove reais e noventa e cinco centavos) dividido em seis parcelas iguais e sucessivas de **R\$ 379,99** (trezentos e setenta e nove reais e noventa e nove centavos) 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.

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 à base da taxa SELIC, nos termos do artigo 406 do novo Código Civil, além de 10% sobre o total devido a título de honorários advocatícios caso haja necessidade de constituição de advogado para cobrança judicial ou extrajudicial.

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 a comunicar ao Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC) a inadimplência, com as conseqüências 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.

Parágrafo Segundo: Para os alunos ingressantes, se a desistência ocorrer até o dia 13 de agosto de 2010, 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: 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 Quarto: 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, jornais 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.

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 _____ 2010

CONTRATANTE

CONTRATADA

NOME: _____

RG: _____ CPF: _____

1ª Testemunha

Nome: _____

RG.: _____

2ª Testemunha

Nome: _____

RG: _____

Edital do Processo Seletivo Classificatório - ESPM São Paulo – 2010/02

O Diretor Nacional da Graduação da **ESPM** – Unidade São Paulo, em consonância com o regimento da instituição, torna públicas as normas do processo seletivo classificatório – Vestibular 2010-2. As inscrições estarão abertas no período de **10 de maio a 25 de junho de 2010**, exclusivamente on-line no site da ESPM: www.espm.br/vestibular

O exame será aplicado no dia 4 de julho de 2010 e os candidatos devem chegar ao local às 8 horas.

Curso	Ato Legal	Turno	Vagas
Comunicação Social-Habilitação em Publicidade e Propaganda	Reconhecimento renovado conforme Portaria 596 de 24/02/06 D.O.U. 01/03/06	Matutino *	250
Administração	Conforme portaria no. 3823, de 8 de novembro de 2005, publicada no D.O.U de 9/11/2005 e retificada no D.O.U. de 15/08/2006	Diurno *	200
Design-habilitação em Comunicação Visual	Reconhecido pela Portaria 1.134 de 21/12/06 D.O.U. de 26/12/06	Matutino **	40
Relações Internacionais	Autorizado pela Portaria 359 de 13/07/06 D.O.U. de 17/07/06	Diurno ***	100

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.

(**) Do 6º. Semestre em diante o curso é oferecido das 19h30 às 23 horas.

(***) 1º e 2º semestres diurno, 3º e 4º semestres matutino, 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 este processo seletivo terão validade somente para o 2º semestre de 2010 e o funcionamento dos cursos será na sede da ESPM à R. Dr. Álvaro Alvim, 123 – 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. Quanto às opções, os cursos de Administração e Relações Internacionais têm 1ª opção e 2ª opção entre si e os cursos de Comunicação Social e Design têm 1ª e 2ª opção entre si.

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.

Edital do Processo Seletivo Classificatório - ESPM São Paulo – 2010/02

I – Inscrições

Somente poderão inscrever-se para este processo seletivo os candidatos que estejam cursando o Ensino Médio em vias de conclusão ou que já possuam o Certificado de Conclusão do Ensino Médio.

O manual somente poderá ser adquirido no site da ESPM: www.espm.br/vestibular. A taxa de inscrição é de R\$ 130,00 podendo ser paga no internet banking no cartão visa ou qualquer agência bancária até o vencimento. 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 junto à ESPM.

- **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 para a sede da ESPM à Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 – Vila Mariana – CEP 04018-010 – **A/C Secretaria de Graduação – Vestibular – Rede Pública**. A data limite para postagem dessa correspondência é o dia 18 de junho de 2010. Assim que a ESPM receber os documentos enviará uma instrução, por e-mail e o candidato deverá emitir a 2ª via do boleto bancário que já constará a instrução de desconto de 50%. O boleto deverá ser quitado na rede bancária

É necessário informar o nº do CPF 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 neste processo seletivo, pois participarão exclusivamente a título de treinamento e aferição de seus conhecimentos. Os locais dos exames serão divulgados a partir do dia 1º de julho de 2010 no site da ESPM.

II – Provas

REFORMA ORTOGRÁFICA: Orientação ao candidato

1. A reforma ortográfica que passou a vigorar a partir do ano de 2009, abrange apenas algumas regras de acentuação e de uso do hífen. Como há um prazo de 4 anos para a adaptação (até 2012), ambas as formas serão aceitas pela ESPM até lá (a antiga e a nova), no caso da prova de Redação.

2. Na prova de Comunicação e Expressão, a ESPM **não** apresentará questões específicas sobre o assunto. E nos textos das diversas disciplinas da prova, a ESPM continuará usando por enquanto a antiga grafia.

Edital do Processo Seletivo Classificatório - ESPM São Paulo – 2010/02

O Processo Seletivo constará das seguintes provas:

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

Para a 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 acima. As classificações dos cursos serão calculadas separadamente. 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 e Design, e para os candidatos dos cursos de Administração e Relações será a pontuação em Matemática.

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

Na 1ª chamada serão convocados os candidatos mais bem classificados respeitando-se exclusivamente a sua primeira 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 quaisquer dos cursos oferecidos neste processo seletivo implica a desistência oficial de sua primeira opção.

III – 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.
- Não atingirem o mínimo de acertos por prova (vide quadro acima).
- Não alcançarem nota mínima 2,0 (dois) na redação, total de 4 pontos.

Edital do Processo Seletivo Classificatório - ESPM São Paulo – 2010/02

IV – Locais de Prova

No ato da inscrição o candidato deverá escolher a localidade onde realizará a prova. A prova do Vestibular ESPM São Paulo 2010-2 será aplicada nas cidades de São Paulo e Ribeirão Preto.

V – Realização das Provas

Data e horário das Provas: 4 de julho de 2010 das **9 horas às 14 horas**, devendo o candidato chegar **às 8h00** ao local, 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 que ocorre pontualmente às 8h45min. Na ausência de cédula de identidade expedida pela Secretaria de Segurança Pública, será aceito um dos seguintes documentos, original: 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 (somente serão aceitos documentos originais). Os estrangeiros deverão necessariamente portar o RNE (Registro Nacional de Estrangeiro) original. **Os documentos 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) 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.

A listagem de classificação dos aprovados e da classificação geral será divulgada no dia 12 de julho de 2010 no site da ESPM www.espm.br/vestibular

VI- Calendário de Matrículas

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

Chamada	Divulgação	Dias de Matrícula	Horários
1ª chamada	12 de julho	12 a 14 de julho de 2010	9 horas às 19 horas
2ª chamada	16 de julho	19 e 20 de julho de 2010	9 horas às 19 horas
3ª chamada	27 de julho	28 de julho de 2010	14 horas às 19 horas
4ª chamada	04 de agosto	05 de agosto de 2010	8h às 12 horas

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

• Declaração de Interesse de Matrícula

Os candidatos classificados e que não forem convocados em primeira chamada e que 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, independente da classificação.

Edital do Processo Seletivo Classificatório - ESPM São Paulo – 2010/02

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 entre os dias 12 e 14 de julho de 2010 até as 19 horas. 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 dentre 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**.

VII – Bolsa de Estudos

A ESPM ofertará uma **bolsa de estudos 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. Em caso de não efetivação ou cancelamento da matrícula do primeiro colocado, a bolsa será transferida, automaticamente, ao próximo candidato, respeitando-se a classificação por curso, e assim sucessivamente dentro do período letivo de 2010/2. Em caso de cancelamento a bolsa será concedida e repassada a partir do mês em que o novo aluno se matricular. **Bolsa de Estudos para alunos oriundos de escola pública:** Será ofertada uma **bolsa de estudos no valor de 75%** sobre o valor da mensalidade para o 1º e 2º mais bem colocados dentro da classificação geral das 590 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. 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, esta será transferida, automaticamente, ao próximo candidato, respeitando-se a classificação geral dentre todos os alunos oriundos de escola pública, e assim sucessivamente dentro do período letivo de 2010/2. Em caso de cancelamento de matrícula de aluno bolsista esta será repassada ao próximo colocado. A bolsa 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 para a bolsa meritocrática.

Edital do Processo Seletivo Classificatório - ESPM São Paulo – 2010/02

VIII – Documentos para Matrícula

Uma foto 3x4 e duas cópias dos seguintes documentos autenticados:

Comprovante de residência (conta de luz ou telefone fixo), Certificado de Conclusão ou Diploma de Ensino Médio ou equivalente ou Curso Superior, devidamente registrado, acompanhado do Histórico Escolar; Certidão de Nascimento ou Casamento; Cédula de Identidade; CPF próprio ou do pai ou mãe, caso o candidato seja menor e o recolhimento da 1ª mensalidade. **A matrícula só será efetivada mediante a apresentação de todos os documentos. Não há matrícula condicional.** Perderá o direito à vaga no curso/habilitação o candidato que não apresentar o Certificado de Conclusão do Ensino Médio ou Equivalente. 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. **Equivalência de estudo para ensino médio realizado no exterior** – Deverá ser apresentada à ESPM, pelo candidato, por ocasião da matrícula. **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 13 de agosto de 2010. Após essa data, a escola não devolverá nenhuma quantia paga.**

IX- Mensalidade / Reajuste:

O valor da mensalidade para os ingressantes em 2010/2 é o seguinte:

Curso	Valor Mensalidade
Publicidade e Propaganda	R\$ 2.160,75
Administração	R\$ 2.185,48
Design	R\$ 2.160,75
Relações Internacionais	R\$ 2.210,20

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

X – Observações:

1. Disciplina em Inglês: para os alunos dos cursos de Administração e Comunicação Social será oferecida uma turma (50 vagas) da disciplina do 1º semestre Marketing I em Inglês para cada curso. O aluno poderá inscrever-se para esta turma no ato da matrícula desde que realizada até 20/7/2010. 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 inglês serão definidas no dia 26 de julho de 2010. Os alunos que porventura efetivarem matrícula após o dia 20 de julho e tiverem interesse em cursar Marketing I em inglês ficarão em lista de espera, aguardando desistências.

Edital do Processo Seletivo Classificatório - ESPM São Paulo – 2010/02

2. Teste de Nível e Prova de Proficiência:

Curso	Teste de Nível	Proficiência
Administração	Inglês	Matemática e Estatística
Relações Internacionais	Inglês e Espanhol	

3. Teste de nível de idiomas: Para os cursos de Administração e Relações Internacionais haverá teste para as disciplinas de idiomas (tabela acima) para determinar o nível de cada aluno. Os testes ocorrerão na primeira semana de aulas para definição das turmas e a previsão para o início dessas aulas é a segunda semana agosto. Os alunos deverão agendar a data e horário do teste de nível no site www.espm.br no período de 12 a 21 de julho. Os candidatos que efetivarem a matrícula a partir do dia 23 de julho deverão inscrever-se pessoalmente no ato da matrícula.

Prova de Proficiência: Na primeira semana de aulas haverá também prova de **Proficiência em Matemática e Proficiência em Estatística** para o curso de Administração. Os alunos que não demonstrarem conhecimentos básicos de Matemática, deverão obrigatoriamente cursar e obter aprovação na disciplina que será oferecida no período da tarde. Os alunos deverão inscrever-se para as turmas de Proficiência no site no período de 12 a 21 de julho de 2010. Os candidatos que efetivarem a matrícula a partir do dia 23 de julho deverão inscrever-se pessoalmente no ato da matrícula.

A confirmação da inscrição para o teste de nível de idiomas e para prova de proficiência (Matemática e Estatística) será feita através do e-mail acadêmico no dia 27 de julho de 2010.

XI - Início das aulas para todos os cursos:

As aulas para todos os cursos, calouros e veteranos iniciarão em 2 de agosto de 2010. Não haverá aula inaugural.

Prof. Alexandre Gracioso

Diretor Nacional da Graduação

I – 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

II – 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

III – 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

IV – 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

- 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.