



QUEM DETERMINA SEUS LIMITES É VOCÊ.

ADMINISTRAÇÃO
DESIGN
PUBLICIDADE E PROPAGANDA
RELAÇÕES INTERNACIONAIS
NOVO CURSO: JORNALISMO

RESPIRE INOVAÇÃO. FAÇA **ESPM**

SÃO PAULO - RIO DE JANEIRO - PORTO ALEGRE

www.espm.br/vestibular



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

J. Roberto Whitaker Penteado
Diretor-Presidente da ESPM

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



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

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

SUMÁRIO

Instruções aos Candidatos:

Informações importantes
Exame
Divulgação dos Resultados
Benefícios e Seguro Educacional

Cursos:

Administração
Publicidade e Propaganda
Design
Relações Internacionais
Jornalismo

Estrutura
Unidades de Apoio
Atividades Extra Sala de Aula
Contrato

Edital:

Vagas
Inscrições
Provas
Matrículas
Pré-Matrícula
Bolsa de Estudos
Observações

Programa da Prova



INSTRUÇÕES AOS CANDIDATOS

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

Dia do exame: 14 de novembro de 2010.

Horário que você deverá chegar: 8 horas

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

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

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

Os documentos de identidade RG ou outro documento oficial só 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



INSTRUÇÕES AOS CANDIDATOS

INSCRIÇÕES

De 20 de setembro a 5 de Novembro 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

INSCRIÇÕES

Locais de Prova:

- No ato da inscrição o candidato deverá escolher a localidade onde realizará a prova. A prova do Vestibular ESPM São Paulo 2011-1 será aplicada nas cidades de São Paulo e Ribeirão Preto.
- A partir do dia 11 de novembro de 2010 a ESPM divulgará os locais do exame no site da ESPM - www.espm.br. Confira o local do seu exame antes de sair de casa. Certifique-se que está portando seus documentos originais.

VAGAS

[Clique aqui para saber mais](#)

EXAME

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

Os portões dos locais onde serão realizados os exames serão abertos às 8h e fechados pontualmente às 8h45. O candidato deve chegar ao local com 1 hora de antecedência. Não é permitida a entrada de candidatos após o fechamento dos portões em hipótese alguma.

No dia do exame todos os candidatos deverão trazer:

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



INSTRUÇÕES AOS CANDIDATOS

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

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

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

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

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

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

O caderno de questões será divulgado na internet posteriormente.

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

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

Atenção: Nem todas as provas são realizadas em um mesmo prédio; há mais de um local de exame. Confira o local de realização da sua prova no site www.espm.br a partir de 11 de novembro de 2010.

REFORMA ORTOGRÁFICA:

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.



INSTRUÇÕES AOS CANDIDATOS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

A listagem de classificação dos aprovados e da classificação geral será divulgada no dia 22 de novembro de 2010 no site da ESPM www.espm.br/vestibular

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

Chamada	Divulgação	Dias de Matrícula	Horários
1ª chamada	22/11/2010	22 a 24 de novembro de 2010	9 horas às 19 horas
2ª chamada	29/11/2010	30/11 e 01 dezembro de 2010	9 horas às 19 horas
3ª chamada	08/12/2010	09 de dezembro de 2010	9 horas às 19 horas
4ª chamada	13/01/2011	14 de janeiro de 2011	9 horas às 19 horas

MATRÍCULAS

[Clique aqui para saber mais](#)

PRÉ-MATRÍCULA

[Clique aqui para saber mais](#)

BOLSA DE ESTUDOS

[Clique aqui para saber mais](#)

TESTE DE NÍVEL E PROVA DE PROFICIÊNCIA

[Clique aqui para saber mais](#)



INSTRUÇÕES AOS CANDIDATOS

BENEFÍCIOS E SEGURO EDUCACIONAL

Programa de Financiamento Estudantil 2010 - FIES

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 sisfiesportal.mec.gov.br

Para esclarecimentos adicionais ligue gratuitamente 0800 616161 ou acesse: www.espm.br/fies

Seguro Educacional aos Alunos

O serviço é “gratuito” e oferecido a todos os alunos da graduação matriculados e tem por objetivo garantir a continuidade nos estudos em situações nas quais o responsável legal encontra-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 no ato da matrícula.

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

ADMINISTRAÇÃO

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

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

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

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

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

O Mercado

O mercado, para os profissionais que se formam no curso de Administração, é amplo e diversificado. As organizações contratam administradores para trabalhar em todas as áreas funcionais existentes: do Marketing às Finanças, de Recursos Humanos à Produção, da Logística a Vendas. Administradores são úteis para empresas de todos os portes, de todos os tipos e ramos: serviços, indústrias, varejo, ONGs, multinacionais e nacionais. Sem falar nos que iniciam seus próprios negócios.

E, como o mercado é tão amplo e tão variado, a possibilidade de crise e desemprego é muito remota. Se uma área tem problemas, sempre há outra que está indo bem e está contratando.

O Curso

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



CURSOS

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

O curso de Administração se destaca dos concorrentes em aspecto de conteúdo e em forma de ensino.

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

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

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

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

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

Os alunos que apresentam deficiências em Matemática e Estatística têm oportunidade de passar tudo a limpo: cursam, obrigatoriamente, disciplinas de reforço ministradas na ESPM, em adição ao curso regular. A necessidade ou não de cursar tais disciplinas é determinada por prova especial de proficiência



CURSOS

em nível de segundo grau, que todos os alunos fazem. Esse instituto faz parte de um amplo projeto de melhoria do ensino quantitativo, e visa diminuir os índices de reprovação em disciplinas de Estatística, Finanças e Economia, trazendo benefícios para o aluno e para a sua família.

Os alunos estudam dois semestres de Inglês como parte integrante da grade (no mínimo); alguns alunos eventualmente têm 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 necessário, pois é a língua dos negócios e da Administração, e seu domínio abre portas não só para oportunidades de trabalho, mas para uma infinita gama de livros, artigos e materiais não traduzidos para o Português.

Caso o aluno seja proficiente em Inglês (BEC-higher ou CPE, ambos de Cambridge), basta apresentar o certificado à escola; e optar por estudar outras línguas à disposição no campus da ESPM: Espanhol (intracurricular) ou Francês e Mandarim (extracurricular).

A recompensa por todo 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.

GRADE

GRADE CURRICULAR DE ADMINISTRAÇÃO - 2011/1																
Depo.	1º semestre		2º semestre		3º semestre		4º semestre		5º semestre		6º semestre		7º semestre		8º semestre	
	Disciplina	HVA	Disciplina	HVA	Disciplina	HVA	Disciplina	HVA	Disciplina	HVA	Disciplina	HVA	Disciplina	HVA	Disciplina	HVA
Gestão	Teoria da Admin (Introdução)	4	Admin. de Sist. de Informação	4	Teoria das Organizações	4	Gestão de Operações I (4)	4	Gestão das Operações II	4	Organização Sistemas e Métodos	4	Teoria Administrativa Crítica	2		
FEJA	Introdução à Economia	2	Microeconomia	2	Análise de Conjunt. Econômica	2	Estratégia Empresarial I	4								
MARKT	Marketing I	4	Marketing II	4	Marketing III	4	Marketing IV	4	Jogos de Empresas (***)	2	Resposta Social e Ambiental	2				
FIN	Finanças Corporativas	4	Finanças Corporativas	4	Gestão de Custos e Preços	4	Cálculos Financeiros	2	Contab. Financeira	4	Contabilidade Avançada de Projetos	4				
WQ	Estatística Descritiva	4	Cálculo Integral	4	Eng. e Avaliação Financeira	2	Modelagem Quant. de Negócios	4			Estratégia Metodológica para o TCC	4	TCC I	2	TCC II	2
MP	Sociologia	4	Filosofia	4	Antropologia	2	Filosofia da Ciência	2								
HUM	Psicologia Aplic. às Organiz.	4	Clínica Política	30	Total 3º semestre	30	Total 4º semestre	30	Total Tronco Comum 5º semest.	16	Total Tronco Comum 6º semest.	14	Total Tronco Comum 7º semest.	6	Total Tronco Comum	4
MARKETING - Especializado MAIOR para todos os alunos (MAJOR)																
	Proficiência em Matemática (*)	4														
	Proficiência em Estatística (*)	4														
	Inglês para Negócios I e II (*)	8														
(*) Obrigatória para alunos que não demonstraram proficiência em exame. O aluno terá no máximo 2 semestres de aulas em turma de seu nível. A partir do 2º semestre																
Gestão	Fundamentos Econômicos e Jurídicos da Administração															
FEJA	Marketing															
FIN	Finanças															
WQ	Comportamento Organizativo															
HUM	Clínica Humana															
MP	Metodologia e Pesquisa															
Obs.: 1 crédito corresponde a 18h/a e equivale a 15 horas relógio																
Do 1º ao 4º semestre: período da manhã das 7:20 às 12:50 e vespertino das 14:00 às 18:30																
Do 5º ao 8º semestre: período da noite das 19:30 às 23:00																
Horas-aula em sala de aula: 194 créditos ou 3492 h/a																

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A Profissão

O Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (seu nome oficial no MEC), ou Propaganda e Marketing (seu nome mais popular), é procurado por estudantes principalmente para a futura atuação em agências de propaganda. Porém, o espaço de trabalho é muito mais amplo e promissor, exigindo um nível de conhecimento mais profundo.

Na ESPM, preferimos chamar o curso de Comunicação com o Mercado. Nossos alunos formam-se com forte conhecimento mercadológico e 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. O que permite ao aluno entrar com maior assertividade no mercado de trabalho, com conhecimento e prática, em agências, consultorias, departamentos de marketing e comunicação das empresas, veículos de comunicação, empresas prestadoras de serviços, e até mesmo empreender seu próprio negócio.

O Curso

A ESPM tem sua origem ligada à formação do primeiro curso de Propaganda no País (1951). Foi também a primeira escola a introduzir o Marketing em sua formação básica (nos anos 70). E, com atualização constante nas tendências internacionais do marketing e da comunicação, oferece aos seus estudantes um repertório de grande profundidade e aplicabilidade no mercado.

Do primeiro ao quarto semestres, o curso é diurno. Nessa fase o aluno cumpre uma carga maior de disciplinas voltadas para a formação humanística e o estudo de linguagens, para o entendimento do ser humano como pessoa, ser social e consumidor.

A partir do quinto semestre, as aulas passam a ser noturnas, e o conteúdo apresenta forte embasamento nas principais tendências de marketing e comunicação. É nesse momento que o aluno define a área em que irá especializar-se, podendo escolher entre quatro áreas de atuação:

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- **Planejamento e Comunicação Integrada** – o que há de mais atual no pensamento e nas práticas diferenciadas das principais arenas (esporte, moda, cultura, varejo, etc.) e ferramentas de comunicação, como a Propaganda, o Marketing Direto, a Promoção de Vendas, o Merchandising e a Comunicação com Públicos de Interesse. 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. Conta com parceria do Clube de Criação de São Paulo e da Miami Ad School: os alunos de Criação da ESPM podem pleitear fazer o módulo Quarter Away em uma de suas unidades da Europa ou dos Estados Unidos, 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 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, ESPM Jr., Midiaplex (canal de comunicação interno), Núcleo de Imagem e Som, ESPM Social (ligada às questões de responsabilidade socioambiental e sustentabilidade), 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.

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Para acompanhar as demandas dos futuros profissionais, o conteúdo programático do curso é atualizado constantemente. E, para ampliar a proficiência do linguajar técnico, as disciplinas de Marketing I, II e III também são oferecidas em inglês.

A modernização tecnológica é um dos fatores que faz com que o curso de Publicidade e Propaganda da ESPM continue sendo o mais completo e conceituado do Brasil. Além de estúdios diversos, os alunos têm à sua disposição um diferenciado sistema de convergência de som e imagem, utilizado pelas principais emissoras e produtoras de vídeo, e o Retail Lab, uma loja laboratório, exclusiva para estudo das práticas de varejo.

O Mercado de Trabalho

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

Os alunos são preparados para trabalhar em agências de propaganda, promoção de vendas, incentivos, merchandising, marketing direto e comunicação integrada; em veículos de comunicação, tanto na área de marketing editorial quanto na área de marketing publicitário (relacionamento de agências de propaganda e anunciantes), e ainda nos chamados fornecedores de informações e conteúdos, institutos de pesquisa, produtoras de vídeo/áudio/área digital, ou ainda em promotoras de eventos. Historicamente, cerca de 90% dos formandos já saem da escola atuando no mercado*. 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.

() Pesquisas internas efetuadas pelo Cintegra/SP.*

GRADE

GRADE CURRICULAR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - 2011/01									
ESPM	1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre	7º Semestre	8º Semestre	
Eixos de Conhecimento	Língua Portuguesa I	Língua Portuguesa II	Língua Portuguesa III	Responsabilidade Sociambiental e Sustentabilidade	Redação I (Expressão Oral)	Redação II (Planos de Negócios)	Redação III (Apresentação de Negócios)		
Expressão	Est. Soc. Pol. Econ. Bras. I	Est. Soc. Pol. Econ. Bras. II	Economia	Marketing IV	Gestão de Negócios	Trade Marketing *	Marketing de Nichos		
Ambiente de Negócios	Marketing I	Marketing II	Marketing III	Pesquisa III			CRM II		
Marketing (Mercadologia)		Pesquisa I	Pesquisa II	Gestão de Contatos com a Marca II		Gerência de Database			
	Teoria da Comunicação I	Teoria da Comunicação II	Gestão de Contatos com a Marca I	Fotografia II					
	História da Arte I	História da Arte II	Fotografia I	Planejamento de Comunicação I	CRM I				
	Elementos e Técnicas de Comunicação com o Mercado	Planejamento Promocional I	Planejamento Promocional II	Planejamento de Comunicação II		Abordagens Contemporâneas da Comunicação Mercadológica			
Comunicação Mercadológica	Comunicação Comparada	Criação I	Criação II	Criação III					
		Produção Gráfica	Produção em RTVC I	Produção em RTVC II					
			Computação Gráfica I	Computação Gráfica II					
			Computação Gráfica I	Computação Gráfica II					
			Interesse	Interesse					
Formação do Raciocínio Qualitativo	Filosofia I	Filosofia II	Psicologia I	Psicologia II (Comportam. Consumidor)					
	Sociologia	Antropologia							
	Lógica	Ética e Legislação							
Formação do Raciocínio Quantitativo	Estatística I	Estatística II							
Projeto de Graduação ESPM					Finanças I		Finanças II	PGE I	PGE II
Atividades Complementares: 144 h/a Língua Portuguesa: 312 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 3º Semestre)									
Comunicação Integrada					Planejamento, Implementação e Controle de Propaganda	Planejamento, Implementação e Controle de Eventos	Planejamento, Implementação e Controle de Comunicação Integrada		
					Planejamento, Implementação e Controle de Com. Dirigida	Gestão de Contatos com a Marca - Ambiente, Planejamento e Negociação	Finanças Aplicadas a Comunicação Integrada		
					Planejamento, Implementação e Controle de promoção de vendas e merchandising	Arena Digital II			
					Arena Digital I				
Criação					Criação de Conceitos de Comunicação (Direção de Criação)	Criação Digital I	Criação Digital II		
					Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Produção Digital		
					Criação de Promoção, Merchandising e Eventos I	Criação de Promoção, Merchandising e Eventos II	Programa de Orientação ao Portfólio - POP		
					Criação de Promoção, Merchandising e Eventos I	Disciplina suplementar (optativa): Direção de Arte			
Marcas, Produtos e Serviços					Gerência de Marcas, Prod. e Serv. no Mercado de Consumo (B2C)	Gerência de Marcas, Prod. e Serv. no Mercado Industrial (B2B)	Marketing Direto		
					Marketing e Negócios na arena digital	Inteligência Competitiva			
					Finanças Aplicadas ao Marketing I	Finanças Aplicadas ao Marketing II	Finanças Aplicadas ao Marketing III		
					Gerência de Marcas, Prod. e Serv. no Mercado de Consumo (B2C)	Estratégia de MKT por Canal*	Comportamento de Compra e Ger. de Categoria		
Trade MKT e Varejo					Marketing e Negócios na arena digital	Marketing e Negócios na arena digital			
					Finanças Aplicadas ao Marketing I	Gestão Estratégica do Varejo			
					Marketing e Negócios na arena digital	Marketing Varejista	Finanças Aplicadas ao Marketing III		
					Finanças Aplicadas ao Marketing I	Finanças Aplicadas ao Marketing II			

DESIGN

A Profissão

Até, aproximadamente, 1980, o Design, no Brasil, era uma área restrita a poucos grupos. Os cursos superiores chamavam-se Desenho Industrial e o estudante escolhia sua habilitação entre Programação Visual ou Projeto de Produto. Com a modernização tecnológica associada às novas demandas 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” entre suas premiações.

O Curso

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, o curso 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, permanentemente 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, metodologia, planejamento e gerenciamento de Design. Dessa forma, proporciona a formação ampla e necessária para a atuação num mercado que pede um profissional criativo e empreendedor, capacitado a criar e gerenciar projetos

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 técnica específica. Essa visão é construída num trabalho envolvendo disciplinas como Economia, Marketing, Finanças e Gestão de Design, além da



CURSOS

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 socio-econômica, cultural e ambiental, hoje tratada pela expressão “sustentabilidade”. A escola incorpora essa visão em seu projeto pedagógico, propondo formas de aprendizagem que valorizem a formação dessas competências.

O profissional de Design 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), em que o 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. Ao final, o projeto 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.

O Mercado de Trabalho

Depois de cumprir todos os desafios para a sua formação, na ESPM, o formando de Design sente-se apto a ingressar num mercado e numa carreira em ascensão, considerada um dos campos de ponta para o século 21.

Sua formação caracteriza-se por uma composição de conhecimentos culturais, técnicos, de projeto e gestão. Desse modo, o formando estará preparado para atuar em escritórios de Design, Arquitetura, agências de Propaganda, empresas



CURSOS

nacionais e multinacionais – especialmente na gerência de marcas, editoras e grupos de comunicação ligados a áreas impressa, eletrônica e ambiental, além da criação e produção de embalagens. 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 um índice de empregabilidade próximo de 100%. Desses postos, mais de 70% estão 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 pró-ativa do aluno, possibilita seu alto desempenho técnico, sua capacidade de interlocução e a identificação de contribuição com áreas afins, fatores fundamentais para os caminhos da profissão no futuro.

GRADE

ESPM GRAD E CURRICULAR - CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN COM ÊNFASE EM MARKETING - 2011/1				
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	Semiótica 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-Creatividade- 2cr	
Estágio Supervisionado II 2cr		Psicologia do Consumo - 2 cr		
Módulo de Ativ NB- Imagem Eletrônica-10cr				
28 créditos diurno	18 créditos noturno	18 créditos noturno	12 créditos noturno	

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

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

RELAÇÕES INTERNACIONAIS

A Profissão

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

O curso de graduação em Relações Internacionais da ESPM foi estruturado 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; Estados Unidos, 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 internacional.

O estudante, com 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 dos negócios.

O curso de Relações Internacionais da ESPM é totalmente inovador. A maioria dos cursos existentes não foca a área de Marketing e Negócios com carga horária significativa quanto o curso da ESPM. Na matriz curricular da ESPM há uma expressiva carga horária destinada a Marketing, Finanças, Métricas e Mo-

delagens 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.

Relações Internacionais, na ESPM, tem duração de quatro anos, ou seja, oito semestres. No primeiro ano, o período é integral; no segundo, o período é matutino; 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 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, poderá também ter que integrar o curso em nove semestres.

O Mercado de Trabalho

Ocupar cargos nas áreas comerciais e administrativas de empresas voltadas para o comércio exterior ou de caráter multinacional, com operações em vários países, bem como de pequenas e médias empresas que 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.

Os estudantes de Relações Internacionais com ênfase em Marketing e Negó-



CURSOS

cios da ESPM poderão obter a dupla certificação, uma pela ESPM e outra 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 30 créditos, sendo que 24 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: ESTADOS UNIDOS – Flórida; FRANÇA – Paris; ALEMANHA – Heildelberg; INGLATERRA – Londres; e ESPANHA – Madri. Nos cinco campi existentes, todas as aulas são ministradas em inglês e o certificado será expedido pelos Estados Unidos.

GRADE

GRADE CURRICULAR - 2011/1

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



EIXO	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												
MKTC	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 a 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 do 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

EIXO	5º SEMESTRE	CREDITOS	H/A	6º SEMESTRE	CREDITOS	H/A	7º SEMESTRE	CREDITOS	H/A	8º SEMESTRE	CREDITOS	H/A
RINT	Conflitos nas Relações Internacionais	4	72	Diplomacia e Negociações Internacionais	2	36	Laboratório de Pesquisa em Relações Internacionais	2	36	Gerência Multicultural	2	36
	História das Relações Internacionais no Oriente	2	36	História da Política Externa Brasileira	2	36		2	36			
MKTC	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
		Gerência 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	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						
EGON	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

ESTG	Estágio Supervisionado											346
	Atividades Complementares											144
	TOTAL DE HORA-ALIA DO CURSO											3946

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

JORNALISMO

A Profissão

O jornalismo é uma profissão internacionalmente reconhecida. A pessoa que exerce essa atividade é responsável pela produção de informações de interesse público. Para isso, ela atua diretamente em todo o processo informativo, ou seja, desde a investigação, apuração, redação, edição, até na publicação das matérias em diversos meios de comunicação.

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

Para ser um jornalista, é importante sempre considerar que o trabalho deve estar a serviço do interesse público. Por isso, um profissional da área deve ter competência para atuar com discernimento ético; compreender as especificidades das linguagens; atuar com propriedade em apuração, produção e edição da informação; utilizar com segurança as tecnologias da informação e da comunicação; e ser um avaliador permanente da sua própria produção.

O Curso

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

Foi-se o tempo em que o jornalista exercia apenas sua função nas redações. Nos dias atuais, é cada vez mais comum o jornalista trabalhar, ora na redação, ora na assessoria de imprensa/comunicação de uma corporação ou de uma organização pública. Um segundo ponto é que hoje o profissional deve estar capacitado para atuar em diferentes mídias e com a convergência tecnológica.

O curso de Jornalismo da ESPM formará profissionais para exercerem sua atividade nas diferentes redações dos mais diversos tipos de veículos. Ao mesmo tempo, com ampla visão do ambiente de negócios, o que lhes possibilitará atuar na comunicação corporativa, por meio das assessorias de imprensa e de comunicação ou da área de divulgação institucional nas próprias organizações.

Nos quatro primeiros semestres, o aprendizado acontece no período diurno, compreendendo uma carga horária maior, pois durante esse período o aluno



CURSOS

receberá conteúdo teórico e prático para prepará-lo suficientemente para a atividade. Destaque especial para as disciplinas de forte base humanística, que vão auxiliá-lo a contextualizar, a interpretar e a ter seu próprio repertório. Na segunda parte do curso, as aulas passam a ser noturnas, permitindo que o aluno inicie sua vida profissional estagiando, enquanto aprimora sua formação. Ao final do curso, elabora-se o projeto de graduação em Jornalismo, que se caracteriza em um trabalho que, efetivamente, marca o rito de passagem do aluno para o ambiente profissional.

O Mercado de Trabalho

Ao concluir Jornalismo na ESPM, o novo profissional estará apto para trabalhar em veículos de imprensa, corporações e em órgãos públicos e organizações não governamentais. Igualmente, estará preparado para construir seu próprio negócio ou gerir equipes de trabalho e desenvolvimentos operacionais no setor.

As novas mídias e a convergência tecnológica alteraram profundamente o cenário da comunicação, ampliando a área de atuação e tornando-se novos campos promissores para os jornalistas de hoje. Este profissional deve conhecer e atuar nas novas mídias que possuem linguagens diferentes para públicos diversos e, ao mesmo tempo, que podem interagir entre si. O jornalista deve ser preparado para se adaptar à linguagem de cada veículo. O jornalista tem múltiplas possibilidades de atuação podendo, por exemplo, ser repórter, editor, assessor de imprensa, apresentador, comentarista ou correspondente internacional. Poderá atuar em jornais, rádios, revistas, televisão, portais e demais meios de comunicação e, ainda, em agências de comunicação, assessorias de imprensa, órgãos públicos, além de consultorias e blogs.

GRADE

ESPM									
GRADE CURRICULAR DE JORNALISMO - 2011/1									
Eixos de Conhecimento	1º Semestre Disciplinas	2º Semestre Disciplinas	3º Semestre Disciplinas	4º Semestre Disciplinas	5º Semestre Disciplinas	6º Semestre Disciplinas	7º Semestre Disciplinas	8º Semestre Disciplinas	
Profissionalização e Instrumentação em Jornalismo	Linguagem Jornalística I	Linguagem Jornalística II	Oficina I (Impressos)	Oficina II (Áudio)	Oficina III (Imagem)	Oficina IV (Mídia Interativa)			
	Introdução ao Jornalismo	Inteligência	Perspectiva Crítica da Notícia	Projeto Gráfico (Diagramação e Editoração Eletrônica)	Produção e Edição de Áudio	Agência de Notícias e Política da Informação			
	História da Imprensa no Brasil	Produção Gráfica	Técnicas de Entrevista e Pesquisa em Jornalismo	Media Training	Produção e Edição de Imagem	Edição para a Internet			
			Teorias do Jornalismo	Planejamento da Comunicação e Relacionamento com a Mídia	Ética e Legislação Jornalística	Comunicação Digital			
Comunicação com o Mercado			Fotografia	Produção Audiovisual		Mídia Regional (Contatos)			
			Gêneros Jornalísticos	Reportagem					
	Estatística	Pesquisa Quantitativa e Qualitativa		Finanças de Mercado					
	Introdução ao Marketing	Composto de Marketing		Plano Estratégico de Marketing					
Humanidades									
	Teoria da Comunicação I	Teoria da Comunicação II	Antropologia						
	Filosofia	Ciência Política	Geoeconomia Internacional						
	Comunicação Corporativa	Macroeconomia							
Comunicação Corporativa	Sociologia	Estética e Comunicação							
	Economia	Estudos Sócio-Econômicos e Políticos Brasileiros							
Projeto de Graduação em Jornalismo									
Projeto de Graduação em Jornalismo - PCJ I									
Projeto de Graduação em Jornalismo - PCJ II									

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

Atividades Complementares: 144 h/a
Carga Horária Total: 3492 h/a

BIBLIOTECA CENTRAL

É dotada de salas de estudos, vídeo e bases de dados; terminais de acesso à internet e de consultas ao banco de dados. Oferece aos alunos condições adequadas à pesquisa, com inúmeras fontes de informações. Totalmente modernizada, a Biblioteca conta com dezenas de milhares de exemplares de diversas áreas de conhecimento. Destacamos: 33.677 títulos de livros, 1.603 títulos de periódicos nacionais e estrangeiros em versão impressa, 3.600 títulos em DVD, 2.022 títulos em CD, 2.566 títulos em fitas de vídeo, 89.114 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 Editora Filme B: traz um calendário de estreias de filmes, ranking dos mais assistidos nos cinemas brasileiros e americanos, além de informações exclusivas do mercado;
- Normatização: orientação aos usuários quanto aos princípios gerais de apresentação dos trabalhos acadêmicos, regido por normas da ABNT e padrão institucional;
- Ficha catalográfica: elaborada conforme Código de Catalogação Anglo-Americano para o público acadêmico;
- Clipping de Notícias: serviço enviado por e-mail, diariamente, composto por coletânea de artigos selecionados nas áreas de atuação da Escola a partir de periódicos impressos e on-line, que servem de apoio pedagógico aos professores;
- Aula em cena: boletim quinzenal que apresenta dicas de filmes; divulgado na intranet, portal da ESPM e Blackboard. Este serviço, exclusivo para professores, traz cenas de filmes do acervo da Biblioteca que podem ser utilizados em sala de aula como complemento da disciplina lecionada. A cada edição são selecionados três filmes – de acordo com áreas de abrangência da ESPM;
- Galeria de imagem: banco de imagem que reúne, em um único espaço, os vários documentos que a Biblioteca abriga em seu acervo nas áreas de propaganda e marketing cujo formato são imagens estáticas e em movimento;
- Banco de publicações do Corpo Docente da ESPM: este projeto coloca à disposição de pesquisadores em geral documentos publicados dos professores de todas as unidades da ESPM. É apresentado também um minicurriculo com o perfil de cada autor;



ESTRUTURA

- 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 (CO-MUT), serviço de obtenção de fotocópias de artigos em revistas técnico científicas, teses e anais de congressos nacionais ou estrangeiros nas diversas áreas do conhecimento, exclusivamente para fins acadêmicos;
- Biblioteca digital de teses e dissertações da ESPM (TEDE/IBICT): a BDTDESPM reúne a produção científica do Programa em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing e disponibiliza para consulta, em formato eletrônico, o texto completo das dissertações 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 da ESPM.
- Sumários de periódicos da ESPM: são os sumários dos periódicos publicados pela ESPM, disponibilizados num espaço on-line. A pesquisa pode ser feita por autor, título e assunto em um mesmo ou em vários periódicos ao mesmo tempo, por 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



ESTRUTURA

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 Comm-Search 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 Literature 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 textos completos 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;

Brasil em Foco: este banco de dados 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: agribusiness, indústria, comércio e serviços;

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;

Econômica: 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;



ESTRUTURA

EUROMONITOR – GMID – Global Market Information Database: proporciona, entre outros, estatísticas em perspectiva, bloco econômico; profiler 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 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 eco-



ESTRUTURA

nômica 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;

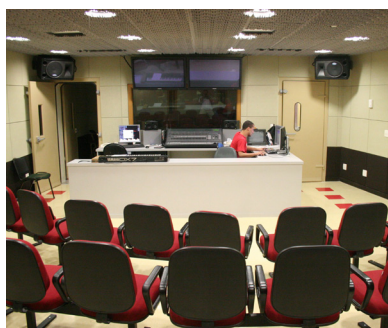
Relatório ALPHA: índices que apresentam o potencial de consumo, índice de concentração de consumo (ICC) e dados demográficos para todos os municípios do País;

Sage: editor de publicação científica que fornece coleções de periódicos eletrônicos de diversas áreas do conhecimento. A Biblioteca disponibiliza as coleções em texto completo de comunicação e administração: Communication Studies (de 1955 até o presente) e Management & Organization Studies (de 1947 até o presente);

Statística: o objetivo é extrair informações dos dados para se 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.

ESTRUTURA



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 (data-show), todos ligados à internet.

SALA TEMÁTICA DE MERCHANDISING

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

UNIDADES DE APOIO

UNIDADES DE APOIO

ARENAS | ESPM
prop•promo•digi•som e imag•etc

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

newrônio
Verificador de Tendências ESPM

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

EXPM
EX ALUNOS | ESPM

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

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

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.

ESPM Jr.
ADM • MKT • COM

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.



ATIVIDADES EXTRA SALA DE AULA

ATIVIDADES EXTRA SALA DE AULA

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 Atlética 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

CONTRATO

SUJEITO À ALTERAÇÕES

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

CLÁUSULA PRIMEIRA: A **CONTRATADA** prestará ao **CONTRATANTE** seus serviços educacionais, no 1º. Semestre do ano letivo de 2011, 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 fevereiro a junho de 2011.

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 fevereiro a junho de 2011.

Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo 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 fevereiro a junho de 2011.

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



CONTRATO

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 90 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



CONTRATO

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.



CONTRATO

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 25 de fevereiro de 2011, 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 subsequentes 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 referen-



CONTRATO

te 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.



CONTRATO

SUJEITO À ALTERAÇÕES

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.

Obs.: () Os valores das mensalidades, bem como das dependências estão apresentados nesse contrato com base no exercício de 2010. Para o ano letivo de 2011 os valores estarão disponíveis no início do mês de novembro.*

São Paulo, _____ de _____ 2010

CONTRATANTE

CONTRATADA



CONTRATO

SUJEITO À ALTERAÇÕES

NOME: _____

RG: _____ CPF: _____

1ª Testemunha

Nome: _____

RG.: _____

2ª Testemunha

Nome: _____

RG: _____



EDITAL DO PROCESSO SELETIVO CLASSIFICATÓRIO - ESPM SÃO PAULO - 2011/1

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 2011-1. As inscrições estarão abertas no período de 20 de setembro a 5 de Novembro de 2010, exclusivamente on-line no site da ESPM : www.espm.br/vestibular

O exame será aplicado no dia 14 de novembro 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 *	250
Design-habilitação em Comunicação Visual	Reconhecido pela Portaria 1.134 de 21/12/06 D.O.U. de 26/12/06	Matutino **	90
Relações Internacionais	Autorizado pela Portaria 359 de 13/07/06 D.O.U. de 17/07/06	Matutino e Diurno ***	150
Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo	Autorizado pela Portaria MEC 359 de 7 de abril de 2009 D.O.U. 9/04/2009	Matutino *	50

Matutino = 7h20 às 12h50 / Diurno = 7h20 às 17h30 / Noturno = 19h30 às 23h

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

*(**) 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 1º semestre de 2011 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



EDITAL

[Clique aqui para voltar](#)

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. Para o curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda terá como 2ª opção Jornalismo ou Design. Para Comunicação Social - Jornalismo 2ª opção Publicidade. Para Design – 2ª opção Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

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

INSCRIÇÕES

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 a partir de 20 de setembro de 2010 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 concluíram o ensino médio na rede pública, somente em instituições nacionais, até mesmo os que estiverem em curso, terão 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 29 de outubro de 2010, caso contrário somente pessoalmente na instituição. 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.

Para conseguir esse desconto os candidatos terão de se declarar 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 11 de novembro de 2010 no site da ESPM.

Não há descontos acumulativos. O candidato deve se declarar vestibulando ou treineiro. O desconto será concedido ao treineiro ou ao candidato que cursou ou, cursa na rede pública.

PROVAS

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	-

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 (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.

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.



EDITAL

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 de provas. 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 – Publicidade e Propaganda e Jornalismo e Design, e para os candidatos dos cursos de Administração e Relações Internacionais será a pontuação em Matemática. Se, ainda assim, houver empate, a ordem será: Humanidades, Inglês, para todos os cursos e, mesmo assim se ainda persistir o empate o desempate será feito pela maior nota em Matemática para os cursos de Comunicação Social – Publicidade, Jornalismo e Design e Comunicação e Expressão para os cursos de Administração e Relações Internacionais.

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.

CrITÉrios de classificação:

Não haverá revisão de provas e 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 conforme a tabela das provas
- Não alcançarem nota mínima 2,0 (dois) na redação, total de 4 pontos.

Locais de Prova

No ato da inscrição o candidato deverá escolher a localidade onde realizará a prova. A prova do Vestibular ESPM São Paulo 2011-1 será aplicada nas cidades de São Paulo e Ribeirão Preto.



EDITAL

Realização das Provas

Data e horário das Provas: 14 de novembro 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. O documento de identidade RG ou outro documento oficial só será aceito se for possível a identificação do candidato, ou seja, se constar foto infantil ou indicação de não alfabetizado (impressão digital) não será aceito. Não aceitaremos protocolo de pedido de documento de identidade ou de qualquer outro documento oficial citado acima.

Serão impedidos de realizar a prova os candidatos que não apresentarem documento de identidade original e oficial no dia do exame. Cópias autenticadas não têm o mesmo efeito de documento oficial original.

Importante: Documentos de identidade com características infantis e que impossibilitem a identificação serão recusados, ainda que originais e o candidato será impedido de realizar o vestibular.

A listagem de classificação dos aprovados e da classificação geral será divulgada no dia 22 de novembro de 2010 no site da ESPM www.espm.br/vestibular.

MATRÍCULAS

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

Chamada	Divulgação	Dias de Matrícula	Horários
1ª chamada	22/11/2010	22 a 24 de novembro de 2010	9 horas às 19 horas
2ª chamada	29/11/2010	30/11 e 01 dezembro de 2010	9 horas às 19 horas
3ª chamada	08/12/2010	09 de dezembro de 2010	9 horas às 19 horas
4ª chamada	13/01/2011	14 de janeiro de 2011	9 horas às 19 horas

Documentos para Matrícula

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

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; Comprovante Militar, Título de Eleitor, 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 25 de fevereiro de 2011. Após essa data, a escola não devolverá nenhuma quantia paga.



EDITAL

[Clique aqui para voltar](#)

Pré-Matrícula (candidatos classificados em 1ª chamada em vias de conclusão do ensino médio)

Chamada	Divulgação	Período para Pré-Matrícula	Horários
1ª chamada	22/11/2010	22 a 24 de novembro de 2010	9 horas às 19 horas
2ª chamada	29/11/2010	30/11 e 01 dezembro de 2010	9 horas às 19 horas
3ª chamada	08/12/2010	09 de dezembro de 2010	9 horas às 19 horas
4ª chamada	13/01/2011	14 de janeiro de 2011	9 horas às 19 horas

Após essa data os candidatos deverão acompanhar as chamadas pelo site da instituição.

Documentos necessários para Pré-Matrícula:

- Declaração que comprove a conclusão do ensino médio ou equivalente em 2010
- Procuração, caso o candidato não possa comparecer e seja maior de 18 anos
- Recolhimento da taxa de pré-matrícula (mesmo valor da taxa de matrícula)

Pré-Matrícula

Os candidatos que estão em vias de conclusão do ensino médio ou equivalente poderão solicitar a pré-matrícula, no mesmo período estipulado para matrícula, devendo quitar a 1ª mensalidade referente a 2011, mediante a apresentação de declaração emitida pela instituição de ensino que comprove a conclusão do ensino médio do candidato ainda no ano letivo de 2010. O candidato nessa situação terá de confirmar a matrícula nos dias 27 e 28 de janeiro de 2011 das 9h às 19 horas com a apresentação dos documentos previstos no inciso VI, bem como assinatura do requerimento de matrícula e contrato de prestação de serviços educacionais. O candidato que deixar de se manifestar nessa data terá a pré-matrícula automaticamente cancelada e a ESPM devolverá 100% (cem por cento) dos valores pagos. A pré-matrícula só é possível aos candidatos que ainda estão cursando o ensino médio e que concluirão dentro do ano letivo de 2010. Não é possível fazer pré-matrícula para candidatos que já concluíram o ensino médio. A pré-matrícula deverá ser feita pelo próprio candidato com 18 anos ou mais ou pelos responsáveis legais (pai, mãe ou tutor ou por um terceiro munido de procuração), caso seja menor. É necessário também apresentar o



EDITAL

documento expedido pela escola do ensino médio e o recolhimento da taxa de matrícula. A procuração, bem como, a declaração do ensino médio ficará retida na ESPM. Os candidatos somente poderão requerer a pré-matrícula de acordo com a opção feita na inscrição do processo seletivo, segundo os critérios de classificação, obedecendo ao calendário de convocação.

Segunda-Chamada (*Lista de Espera*)

A segunda chamada ocorrerá a partir do dia 29 de novembro de 2010 a partir das 10 horas.

A partir do dia 1º de dezembro de 2010 só ocorrerão chamadas se houver vagas disponíveis. Os candidatos devem acompanhar as chamadas pelo site da instituição.

Candidatos em Lista de Espera

Procedimento para declaração de interesse de matrícula:

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

Os candidatos que não concluíram o ensino médio e concluirão em 2010 e ficarem em lista de espera também deverão manifestar o interesse de fazer matrícula. Ao serem convocados deverão apresentar os documentos previstos no inciso VI.

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

A declaração de interesse de matrícula deverá ser preenchida on-line entre os dias 22 a 24 de novembro 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



EDITAL

[Clique aqui para voltar](#)

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.

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 2011/1. Em caso de cancelamento a bolsa será concedida e repassada a partir do mês subsequente ao cancelamento.

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 790 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 2011/1.

Os 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.

FIES - Aos estudantes ingressantes a partir do primeiro semestre do ano letivo de 2011, será exigida participação no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) para fins de solicitação de financiamento ao FIES.

MENSALIDADE / REAJUSTE

O valor da mensalidade para os ingressantes em 2011/1 constará no Manual do Vestibular disponível no site da ESPM a partir de 20 de setembro de 2010.

www.espm.br/vestibular

OBSERVAÇÕES:

Disciplina em Inglês: para os alunos dos cursos de Administração e Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda será oferecida uma turma 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 13 de janeiro de 2011. As vagas para a disciplina em inglês são limitadas e 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 18 de janeiro de 2011, com 50 vagas para o curso de Administração e 50 vagas para o curso de Comunicação Social. Os alunos que porventura efetivarem matrícula após o dia 13 de janeiro de 2011 e tiverem interesse em cursar Marketing I em inglês ficarão em lista de espera, aguardando desistências. Serão aplicados os mesmos critérios de seleção para a lista de espera que foram aplicados aos candidatos da 1ª chamada.

Teste de Nível e Prova de Proficiência:

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

Teste de nível de idiomas: Para o curso de Relações Internacionais haverá teste para as disciplinas de idiomas (tabela anterior) para determinar o nível de cada aluno. Os alunos deverão agendar a data e horário do teste de nível no site no período de 11 a 22 de janeiro de 2011.

Para o curso de Administração a proficiência em Inglês é opcional no primeiro semestre do curso, pois a disciplina é oferecida somente no segundo semestre.

O calendário das provas será divulgado no ato da matrícula.



EDITAL

Prova de Proficiência: Haverá 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 22 de novembro a 22 de janeiro de 2011. O calendário das provas será divulgado no ato da matrícula.

Início das aulas

As aulas para todos os cursos, calouros e veteranos têm previsão de início na primeira quinzena de fevereiro de 2011.

Disposições Gerais

Situações especiais não previstas neste edital serão analisadas e decididas pela coordenação do vestibular.

Prof. Dr. Alexandre Gracioso
Diretor Geral da Graduação

PROGRAMA DA PROVA

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO (20 QUESTÕES)

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

1. Língua Portuguesa

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

2. Literatura

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

2.1. Literatura Brasileira:

- Barroco: Gregório de Matos

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

2.2. Literatura Portuguesa:

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

MATEMÁTICA (20 QUESTÕES)

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

1. Conjuntos numéricos

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

2. Equações e inequações no conjunto dos reais

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

3. Sequências numéricas

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

4. Função exponencial e logarítmica

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

5. Matrizes e determinantes

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

6. Polinômios e função polinomial

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

7. Geometria plana

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

8. Geometria espacial

- poliedros: relação de Euler; poliedros regulares

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

9. Geometria analítica plana

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

10. Trigonometria

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

11. Análise combinatória e probabilidades

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

12. Estatística básica

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

HUMANIDADES E CULTURA GERAL CONTEMPORÂNEA (30 QUESTÕES)

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

1. História

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

1.1. História do Brasil

- Brasil Colonial: O Sistema colonial: organização política e administrativa; A economia colonial: extrativismo, agricultura, pecuária, mineração e comércio; Rebeliões coloniais e tentativas de emancipação; O período joanino e a independência.
- Brasil Império: O primeiro reinado e as regências: organização do Estado e lutas políticas; O segundo reinado: economia, política e manifestações culturais; Imigração e abolição; A crise do império e o advento da República.
- Brasil República: Economia, política e movimentos sociais na República Velha; As eras de Vargas; Política, economia e sociedade no Brasil entre



PROGRAMA DA PROVA

1945 e 1964; O Estado Autoritário (1964-1985); A redemocratização e a Nova República; O sistema político atual.

1.2. História da América

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

1.3. História Geral

História Antiga: O mundo grego; O mundo romano

História Medieval: O Islão; Economia, sociedade e política no feudalismo; O desenvolvimento do comércio, o crescimento urbano e a vida cultural.

História Moderna: Renascimento; Mercantilismo e Absolutismo; Revolução francesa de 1789; Revolução industrial e capitalismo.

História Contemporânea: Idéias e doutrinas sociais dos séculos XIX e XX; As duas grandes guerras mundiais (1914-1945); A revolução russa de 1917; A crise de 1929; O fascismo e o nazismo; Bipolarização do mundo e Guerra Fria; A criação do Estado de Israel e os conflitos entre árabes e israelenses.

2. Geografia

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

2.1. Geografia econômica

Geografia econômica do Brasil:

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

Geografia econômica mundial e globalização:

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

2.2. Geopolítica internacional e ações territorializadas

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

2.3. Geografia socioambiental

- a agenda ambiental internacional
- aquecimento global
- o dilema da água
- poluição do ambiente urbano
 - ilha de calor
 - inversões térmicas

- contaminação de lençóis freáticos
- poluição de rios e lagos
- impermeabilização do solo e enchentes locais
- a questão do lixo
- os principais biomas da Terra e as respectivas ameaças
- a destruição das florestas tropicais

2.4. Espaço urbano e espaço rural do Brasil

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

2.5. Organização socioespacial da população brasileira

- organização socioespacial: histórico da formação e distribuição demográfica
- crescimento da população brasileira
- análise da pirâmide etária
- migrações internas
- contexto social brasileiro: análise de indicadores
- Brasil: país desigual
- a situação da educação brasileira

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

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

3. Cultura geral contemporânea

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

3.1. A conjuntura internacional

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

3.2. O cenário político brasileiro

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

3.3. Aspectos da economia brasileira

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

3.4. Manifestações culturais no Brasil e no mundo

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

3.4. Cidadania e democracia

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

INGLÊS (10 QUESTÕES)

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

1. Seleção de textos

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

2. Fontes

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