

É O QUE VOCÊ VAI SER QUANDO CRESCER.

Administração | Design | Jornalismo
Publicidade e Propaganda | Relações Internacionais

Vestibular 2013.2 • Inscrições abertas até 19 de junho

Prova
23 de junho

ESPM

Faz o mercado.

“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



EXAME	3
INSCRIÇÕES	4
INFORMAÇÕES IMPORTANTES.....	5
VAGAS / HORÁRIO DAS AULAS	6
BOLSA DE ESTUDOS, FINANCIAMENTO E SEGURO	8
Bolsa Excelência Vestibular	8
Programa de Financiamento Estudantil - FIES	8
Seguro Educacional aos Alunos.....	8
Crédito Educacional Solidário ESPM	9
Bolsa de Estudos – parceria ESPM/Fundação Estudar	9
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	10
Grade do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	12
Grade do Curso de Comunicação Social - Jornalismo.....	17
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO	18
Grade do Curso de Administração	20
CURSO DE DESIGN	21
Grade do Curso de Design	23
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS	24
Grade do Curso de Relações Internacionais.....	27
INFRA-ESTRUTURA.....	28
Biblioteca	28
Laboratórios de Informática (PC e MC)	31
Estúdio Integrado de Imagem e Som	32
Salas de Aula.....	32
Auditório.....	32
UNIDADES DE APOIO.....	33
Agência Origem ESPM.....	33
Sempre ESPM - Associação de Alunos e Ex-alunos	33
DARC - Diretório Acadêmico Roberto Civita	33
Empresa JR.....	33
ESPM Social.....	33
Studio D.....	33
ATIVIDADES EXTRAS.....	35
Atendimento ao aluno.....	35
Apoio Psicopedagógico	35
ESPM Carreira.....	35
PIC - Programa de Iniciação Científica.....	35
Rádio Acorde	35
Coral	35
Intercâmbio.....	36
Central de CASES ESPM/Exame.....	36
PROGRAMA DA PROVA.....	37
ANEXO	45

Profissionais que desejavam profissionalizar e solidificar a profissão publicitária no Brasil criaram a Escola Superior de Propaganda e Marketing, a ESPM. Formando verdadeiros especialistas em negócios, a escola influenciou os padrões hoje consolidados no mercado, sendo reconhecida como a melhor escola de comunicação e negócios do país.

Sempre atenta às necessidades que o mercado apresenta, a ESPM investe em profissionais que aliam a teoria à prática, refletindo a realidade e lançando tendências. Isso porque, na ESPM, a inovação tem o mesmo espaço que a tradição. É assim que a mais moderna completa infraestrutura convive com as melhores opções de curso de graduação, extensão, pós-graduação e MBA.

E o resultado disso é que, há 60 anos, a ESPM vem formando milhares de profissionais que, hoje, exercem funções de destaque em todas as áreas de negócios: indústrias, serviços, atividades comerciais, agências de propaganda e empresas de consultoria especializadas em comunicação mercadológica, design e relações internacionais.

Conheça agora toda a infraestrutura e as possibilidades que a ESPM oferece para alunos dos cursos de graduação em:

- * Administração com Foco em Marketing e Gestão do Entretenimento;
- * Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo;
- * Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda;
- * Design com Foco em Comunicação Visual ou Animação;
- * Relações Internacionais.

EXAME

DIA DO EXAME: 23 de junho de 2013

Local do Exame: Rua do Rosário – Centro – Rio de Janeiro – RJ. A sala e o andar serão divulgados a partir do dia 21 de junho de 2013, a partir das 17h.

Horário do Exame: 10h às 15h

Os portões serão abertos às 9h e fechados pontualmente às 9h45. Não é permitida a entrada de candidatos após o fechamento dos portões em hipótese alguma.

Documento necessário ao exame:

- Cédula de Identidade expedida pela Secretaria de Segurança Pública;
- Cédula de Identidade das Forças Armadas e da Polícia Militar;
- Cédula de Identidade para Estrangeiros emitida por autoridade brasileira;
- Cédula de Identidade fornecida por Ordem ou Conselho Profissional, como por exemplo CREA e OAB;
- Certificado de reservista;
- Carteira de Trabalho;
- Passaporte;
- Carteira de Motorista.

Somente será permitida a realização do exame aos candidatos que portarem a original de algum destes documentos, caso contrário o candidato será impedido.



INSCRIÇÕES

As inscrições para o Vestibular 2013/2 serão feitas exclusivamente na WEB, no site www.espm.br.

Início e término: 15 de abril a 19 de junho de 2013

Taxa de inscrição: R\$ 120,00

- Não há devolução da taxa de inscrição em hipótese alguma;
- A taxa de inscrição deverá ser paga em qualquer agência bancária ou cartão de crédito (Visa) até o vencimento, conforme boleto bancário gerado no ato da inscrição.

Para Inscrição:

- O Candidato é considerado inscrito após o preenchimento da ficha de inscrição no site e recolhimento da taxa.
- Lembramos que para realização da inscrição será necessário informar o nº do CPF próprio ou do responsável financeiro e um e-mail.
- **Haverá opção própria para treineiros (candidatos que não terão concluído o Ensino Médio no período de matrícula e realizarão o exame apenas para treinamento), com desconto de 50% na taxa de inscrição.**

As pessoas portadoras de deficiência participarão do vestibular em igualdade de condições com os demais candidatos, é necessário, contudo, que o candidato nessa condição comunique a instituição com no mínimo 10 dias de antecedência a realização do exame.

No dia do exame todos os candidatos deverão trazer:

- 1) Documento de Identidade oficial e original;
- 2) Comprovante de recolhimento da taxa de inscrição;
- 3) Caneta esferográfica preta ou azul escura.

Informações Importantes

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

- O candidato deverá chegar ao local com 1 (uma) hora de antecedência;
- Não há revisão de prova e redação, tão pouco, discussão dos critérios de correção em hipótese alguma;
- A folha de resposta é personalizada e não poderá conter rasuras;
- O exame tem duração máxima de 5 (cinco) horas;
- Só será permitida a entrada e a realização da prova os candidatos munidos do comprovante de inscrição e a original do documento de identidade. Não serão aceitas cópias ou cópia autenticada em hipótese alguma;
- 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.

Vagas e Horários das Aulas

VAGAS / HORÁRIO DAS AULAS

Curso	Total de vagas
ADMINISTRAÇÃO Foco em Marketing e Gestão do Entretenimento – 2º Semestre/2013 <u>Horário:</u> do 1º ao 4º semestres das 8h às 13h20, do 5º ao 8º semestres das 18h30 às 22h50;	50 vagas
DESIGN Linha de Formação em Comunicação Visual ou Animação – 2º Semestre/2013 <u>Horário:</u> do 1º ao 4º semestres das 8h às 13h20, do 5º ao 8º semestres das 18h30 às 22h50;	15 vagas
COMUNICAÇÃO SOCIAL Habilitação em Jornalismo – 2º Semestre/2013 <u>Horário:</u> do 1º ao 4º semestres das 8h às 13h20, do 5º ao 8º semestres das 18h30 às 22h50;	41 vagas
COMUNICAÇÃO SOCIAL Habilitação em Publicidade e Propaganda – 2º Semestre/2013 <u>Horário:</u> do 1º ao 4º semestres das 8h às 13h20, do 5º ao 8º semestres das 18h30 às 22h50;	16 vagas
RELAÇÕES INTERNACIONAIS – 2º Semestre/2013 <u>Horário:</u> 1º e 2º semestres de 8h às 17h20 (intervalo de 13h20 às 14h), 3º e 4º semestres 8h às 13h20 e do 5º ao 8º semestres das 18h30 às 22h50.	50 vagas

- As aulas de todos os cursos acontecem de segunda a sábado;
- Os cursos têm duração mínima de 4 (quatro) anos, 8 (oito) semestres, e o prazo máximo de integralização é de 7 (sete) anos, 14 (quatorze) semestres, incluindo trancamento e reprovações;
- O turno vespertino também poderá ser utilizado para o oferecimento de disciplinas de dependência ou reposições, a critério da Escola;
- As vagas oferecidas para este processo seletivo terão validade exclusivamente para o 2º semestre de 2013.

O Funcionamento de todos os cursos será na sede da ESPM-RJ à Rua do Rosário, nº 90, Centro, Rio de Janeiro, RJ, com no máximo 60 alunos por turma. A ESPM se reserva o direito de não abrir turmas com menos de 15 alunos.

Bolsa de Estudos, Financiamento e Seguro

BOLSA DE ESTUDOS, FINANCIAMENTO E SEGURO

Bolsa Excelência Vestibular

A ESPM-RJ ofertará uma Bolsa de Estudos de 75% da mensalidade ao primeiro colocado em cada curso, ou seja, a bolsa será de quatro anos e tem como condição para sua manutenção o aluno não reprovar em nenhuma disciplina durante o curso. A reprovação em uma disciplina ocasionará a perda total da bolsa. Essa bolsa contempla inclusive a matrícula. 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 2013/2. Em caso de cancelamento a bolsa será concedida e repassada ao próximo aluno no mês subsequente ao cancelamento.

Programa de Financiamento Estudantil - FIES

Em todas as unidades da ESPM, é possível que os alunos de graduação cadastrem-se no Programa de Financiamento Estudantil do Ensino Superior (FIES), do Ministério da Educação (MEC), e financie seus estudos em até 100% do valor da mensalidade. A taxa de juros oferecida no programa é a menor taxa de financiamento do mercado, 3,4% ao ano.

As inscrições só poderão ser feitas virtualmente após a matrícula na Instituição e através do site <http://sisfiesportalmec.gov.br>. Para esclarecimentos adicionais ligue gratuitamente 0800 616161 ou acesse: www.espm.br/fies.

Seguro Educacional aos Alunos

O Seguro Educacional é um benefício oferecido pela ESPM a todos os seus alunos, sem custo, para garantir a continuidade dos estudos no caso de eventualidade com responsáveis financeiros.

Para obter esse benefício, o aluno precisa estar regularmente matriculado, sem pendência financeira e preencher uma Proposta de Adesão, entregar assinada no Financeiro no ato da matrícula. Com esta proposta assinada e entregue, e após análise e aceitação pela seguradora, o estudante passa ter cobertura garantida em caso de falecimento do responsável financeiro,

Bolsa de Estudos, Financiamento e Seguro

invalidez permanente ou perda de renda, desde que cumpra o período de carência. O Seguro Educacional também oferece ao aluno uma exclusiva assistência 24 horas em acidentes, sendo ele o próprio responsável financeiro ou não. Incapacidade física temporária.

Crédito Educacional Solidário ESPM

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

<http://www.espm.br/Unidades/SaoPaulo/Graduacao/BeneficiosBolsas/Pages/Beneficios.aspx>

Bolsa de Estudos – parceria ESPM/Fundação Estudar

A ESPM mantém parceria com a Fundação Estudar para alunos do 1º ao 6º semestre dos cursos de **Administração e Relações Internacionais**. www.estudar.org.br, eles investem em alunos talentosos. Como participar, acesse:

<http://www.espm.br/Unidades/SaoPaulo/Graduacao/BeneficiosBolsas/Pages/default.aspx>

Curso de Comunicação Social

Publicidade e Propaganda

Por que fazer Publicidade e Propaganda na ESPM?

A ESPM é a mais tradicional Escola da área de Publicidade. Foi criada no Museu da Arte de São Paulo (MASP), em 1951, com foco exclusivo na área. Criada por profissionais de mercado, serviu de modelo para várias outras escolas a partir de então. Atualmente, o curso de Publicidade e Propaganda reúne em torno de 3000 alunos no Brasil, sendo 800 apenas no Rio de Janeiro, e conta com um número expressivo de professores com título de doutor, mestre e especialista. Além de forte capital acadêmico, a escola reúne em seus quadros nomes representativos do mercado de publicidade, o que intensifica nossas relações com as empresas do setor, facilitando a entrada de nossos alunos em um mercado cada vez mais exigente e competitivo.

Quais os diferenciais de nosso curso de Publicidade e Propaganda?

Atualmente, o curso de Publicidade da ESPM conta com a maior carga horária, totalizando 3384 horas. Durante o curso, o aluno recebe uma sólida formação na área de Ciências Humanas e Sociais aliada a uma excelente preparação para o mercado de publicidade com disciplinas de Marketing, Pesquisa Quantitativa e Qualitativa, Estatística, Finanças, além de inúmeras disciplinas oferecidas em laboratórios e estúdios tais como Computação Gráfica, Vídeo, Som e Fotografia.

A Escola conta com quatro laboratórios de MacWin (dois com 40 máquinas, um com 25 máquinas e um com 35 máquinas - G5) e dois de PCs (cada um com 26 máquinas), além de estúdios de som, fotografia e vídeo. Todas as salas de aula estão equipadas com datashow e acesso à Internet. A Biblioteca reúne mais de 23.000 volumes, com textos importantes para a área de Publicidade, além de obras gerais referentes às diversas disciplinas do curso bem como bases de dados de grande utilidade para atividades de pesquisa e análise de diferentes áreas de mercado.

No 5o período, o aluno é levado a optar entre as áreas de **Criação e Planejamento**, o que permite uma especialização em áreas fundamentais do campo da Comunicação bem como do trabalho em uma agência de publicidade. Além disso, as cadeiras de cada uma das

Curso de Comunicação Social Publicidade e Propaganda

especializações preparam o aluno para atuar em diferentes áreas de mercado além do tradicional campo da publicidade.

Como complemento às disciplinas regulares, o aluno poderá ainda participar de Oficinas que abordam diferentes temáticas da atualidade. Em geral, elas são oferecidas aos sábados, permitindo ao aluno ampliar sua formação na área de Comunicação. Ao final do curso, ao invés de preparar uma monografia tradicional, o aluno vai a campo, escolhe uma empresa real no mercado, analisa seus dados e prepara um Plano de Comunicação, apoiado sobre um adequado Planejamento de Marketing.

A entrada no mercado profissional

Com um índice de empregabilidade de 80%, o curso de Publicidade e Propaganda da ESPM é especialmente reconhecido pelo mercado da área. Durante o curso, o aluno é auxiliado pelo Centro de Desenvolvimento de Pessoas na busca de bons Estágios, adequados ao seu perfil, bem como na tomada de decisões que envolvam seu desenvolvimento profissional. Tudo isso reunido permite ao aluno melhor aproveitar as oportunidades de profissionalização. Finalmente, a Associação de Ex-Alunos promove diferentes eventos que trazem de volta à Escola alunos já atuantes no mercado profissional, oferecendo ao aluno de graduação mais um canal de comunicação com o mundo fora da Escola.

Grade de Comunicação Social Publicidade e Propaganda

Tronco Comum

1º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Linguagem I	72	4	
Introdução à Publicidade e Propaganda	36	2	
Teoria da Comunicação I	36	2	
Economia	72	4	
Filosofia	36	2	
Introdução ao Marketing	72	4	
Sociologia	36	2	
Estatística	72	4	
Metodologia da Pesquisa	36	2	
Arte e Comunicação I	36	2	
Inovação e Criatividade	36	2	
Total	540	30	

2º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Linguagem II	72	4	Linguagem I
Computação Gráfica I	36	2	
Teoria da Comunicação II	36	2	Teoria da Comunicação I
Est. Sócio-Econômicos e Pol. Brasileiros	36	2	
Antropologia	36	2	
Composto de Marketing	72	4	Introdução ao Marketing
Sociologia da Comunicação	36	2	Sociologia
Pesquisa Quantitativa	72	4	Estatística / Metodologia da Pesq.
Psicologia	36	2	
Arte e Comunicação II	36	2	Arte e Comunicação I
Criação Publicitária I	36	2	Inovação e Criatividade
Total	504	28	

3º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Redação Publicitária I	36	2	Linguagem II
Computação Gráfica II	36	2	Computação Gráfica I
Comunicação Comparada	36	2	
Ética e Legislação Publicitária	36	2	
Antropologia do Consumo	36	2	Antropologia
Diagnóstico Estratégico de Marketing	72	4	Composto de Marketing
Atendimento e Planejamento	36	2	
Pesquisa Qualitativa	72	4	Metodologia da Pesquisa
Fotografia	72	4	
Comportamento do Consumidor	36	2	
Criação Publicitária II	36	2	Criação Publicitária I
Total	504	28	

4º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Redação Publicitária II	36	2	Redação Publicitária I
Computação Gráfica III	36	2	Computação Gráfica II
Comunicação Digital	72	4	
Direção de Arte I	36	2	
Produção Gráfica	36	2	
Plano Estratégico de Marketing	72	4	Diagnóstico Estrat de Marketing
Produção de RTVC I	72	4	
Mídia	72	4	
Finanças I	36	2	
Criação Publicitária III	36	2	Criação Publicitária II
Total	504	28	

5º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Merchandising e Promoção	72	4	
Planejamento de Comunicação I	72	4	Plano Estr. de Mark / Aten e Plan
Finanças II	36	2	Finanças I
Marketing de Relacionamento	72	4	
Marketing de Serviços	72	4	
Mídias Alternativas	36	2	
Total	360	20	

6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Comunicação Dirigida	36	2	
Gestão de Marcas	72	4	
Comunicação e Sustentabilidade	36	2	
Teoria da Comunicação Aplicada	36	2	
Total	180	10	

7º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Programa de Graduação ESPM - PGE I	36	2	Todas 1º ao 6º (inclusive)
Planejamento Criativo	72	4	
Total	108	6	

8º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Programa de Graduação ESPM - PGE II	288	16	PGE I
Total	288	16	

Especialização Criação

5º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Redação Publicitária III	36	2	Redação Publicitária II
Criação Digital I	36	2	
Design de Marcas	36	2	
Direção de Arte II	72	4	Direção de Arte I
Total	180	10	

Especialização Planejamento

5º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Marketing Business-to-Business	36	2	
Trade, vendas e varejo	72	4	
Comunicação Corporativa	72	4	
Total	180	10	

6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Produção de Som	36	2	
Criação Digital II	72	4	Comp Gráfica II / Criação Dig I
Criação Promoção e Merchandising	36	2	
Direção de Arte III	36	2	Direção de Arte II
Produção Digital I	36	2	
Produção Audiovisual	72	4	Produção de RTVC
Total	288	16	

6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Planejamento de Comunicação II	72	4	Planejamento de Comunicação I
Gestão de Reput e Relac com Stakeholders	36	2	
Comunicação Interna	36	2	
Total	144	8	

7º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Produção Digital II	36	2	Produção Digital I
Total	36	2	

7º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Métricas e Resultados em Comunicação	36	2	
Comunicação e Gestão de Crise	36	2	
Finanças para PGE	36	2	Finanças II
Estrat e tomada de decisão Comunicação	72	4	
Total	180	10	

Carga Horária Total - Tronco Comum	2988	166
Carga Horária Total - Esp. Criação	504	28
Carga Horária Total - Esp. Planejamento	504	28
Atividades Complementares obrigatórias	144	8
Carga Horária Total do Curso	3636	202

Curso de Comunicação Social Jornalismo

A concepção e a consequente 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 um estudo feito com as principais lideranças e empresas nacionais empregadoras dos profissionais de jornalismo, neste caso, empresas jornalísticas, agências de comunicação e assessorias em geral (cujas principais questões são apresentadas mais à frente).

A proposta da ESPM, elaborada a partir deste esforço, parte de algumas constatações de campo. A primeira é a de que está ficando para trás o tempo em que o jornalista exercia apenas sua função tradicional. Nos dias atuais, é comum o jornalista atuar ora em redações, ora em empresas. Ele tanto pode ser tanto por assessorias de imprensa ou de comunicação de uma corporação ou de uma organização pública, quanto ser o responsável pela gestão de uma redação, ou ser um editor de conteúdo.

O Curso de Jornalismo da ESPM se propõe formar profissionais qualificados para exercer o jornalismo nas redações de qualquer veículo de comunicação, sobretudo naquelas com mais ênfase no ambiente de negócios. O curso busca, ainda, formar profissionais para as áreas de comunicação corporativa, institucional e assessorias de imprensa de empresas e outras organizações.

Atualmente, um profissional de jornalismo com capacidade para atuar nestas duas áreas só se forma a partir de um curso de graduação em jornalismo e de uma pós-graduação (360 horas) nas áreas de marketing, gestão, dentre várias. Isto significa uma formação de 6 (seis) anos ou mais. O curso de jornalismo planejado pela ESPM pretende colocar esse profissional no mercado em apenas 4 (quatro) anos, o que é um fator bastante importante para as questões sociais de inserção ao mercado e, ao mesmo tempo, de qualificação destas funções na sociedade.

A segunda constatação dos estudos feitos para estruturar o Curso de Jornalismo da ESPM é que as duas formas de atuação profissional convergem mais do que divergem. Evidentemente, sempre existirão divergências. Por exemplo, ao jornalista cabe apontar a contradição dos fatos. Ao jornalista responsável pela comunicação corporativa em uma organização, cabe atuar sobre essas contradições, destacando para a empresa as questões da opinião pública e

Curso de Comunicação Social Jornalismo

simultaneamente esclarecendo a posição da empresa à esta opinião pública. Mas o elo de união é e sempre será, a ética e o interesse público.

Assim, podemos concluir:

- Um curso de Jornalismo pode oferecer a mesma ênfase curricular tanto às disciplinas que preparam o profissional para a redação quanto para o trabalho corporativo. Por força das mudanças do mercado de trabalho, ambas as atividades são cada vez mais complementares, podendo o recém-formado exercer suas atividades na redação de um jornal e, no momento seguinte, numa organização ou numa assessoria.
- O conhecimento das modernas tecnologias torna-se tão relevante quanto o conhecimento da arte e da técnica da profissão.
- Neste perfil proposto, o profissional precisa conhecer tanto o núcleo essencial do jornalismo, quanto o núcleo essencial da atividade de comunicação corporativa. Se no jornalismo o parâmetro maior é o interesse público, na comunicação corporativa, ao lado do interesse público, alinha-se a construção da reputação, imagem e identidade das companhias, especialmente no que se trata da credibilidade e boa aceitação das marcas.
- Um bom curso de Jornalismo precisa ter foco no diálogo contínuo entre teoria e prática. A construção do conhecimento por meio da conexão constante entre a teoria e a prática é um pressuposto presente em todos os cursos da ESPM e que contribui fortemente para a excelente empregabilidade.
- Nos cursos de jornalismo, a concentração do foco apenas na redação de *press releases* e na assessoria de imprensa é uma limitação que deve ser superada. É necessário que os alunos compreendam as diversas características do ambiente e seus principais públicos de interesse, para que dominem diferentes linguagens de comunicação corporativa. Do *press release* ao artigo jornalístico que o assessorado irá assinar na mídia, das cartas corporativas à edição de jornais eletrônicos, do paper ao *position paper*, do Relatório Anual aos planos de comunicação, *briefings*, apresentações e, assim, sucessivamente.

Curso de Comunicação Social Jornalismo

- Como o curso dará grande importância à dimensão corporativa e à atuação dentro do cenário empresarial, é imperativo levar o aluno de jornalismo a incursionar, também, no campo dos negócios e da tecnologia de ponta. Tão importante quanto conhecer as técnicas da profissão, é saber liderar equipes, gerir orçamentos ou organizar o próprio negócio e acompanhar o passo das inovações tecnológicas. Se há uma tendência dominante da comunicação, esta é o fortalecimento das suas conexões com a gestão, seja no âmbito estratégico geral da companhia, seja no âmbito das áreas de comunicação propriamente ditas ou nas agências de comunicação.

Como se pode verificar, o diálogo entre os dois universos é cada vez mais intenso, sem perda de características específicas.

Outra constatação é a de que a qualidade de um Curso de Graduação é diretamente proporcional à sintonia plena que ele mantenha simultaneamente com a pesquisa mais avançada da academia e com o mercado, promovendo, por esse caminho, a empregabilidade e a possibilidade de ascensão profissional dos participantes.

Em cursos de Jornalismo tradicionais o aluno só descobre os desafios que o esperam no mercado quando conquista o primeiro emprego ou faz um estágio no final do curso, quando já não há mais tempo para buscar orientação ou mesmo para empenhar-se mais nos estudos.

Embora a configuração do mercado seja cada vez mais ampla e promissora, os cursos de formação profissional continuam a privilegiar um modelo essencialmente focado no trabalho tradicional das redações, como se o ambiente empresarial ainda apresentasse as mesmas características da década de 70, quando a comunicação corporativa era vista como ferramenta, sem significado estratégico. Outro aspecto é que, de maneira geral, o ensino da comunicação baseia-se em modelos essencialmente teóricos, distantes da realidade de um ambiente econômico e político que se modifica a cada dia, inserido num contexto de interdependência internacional.

Ao concluir o curso de jornalismo da ESPM, o profissional estará apto a trabalhar estarão aptos a trabalhar no Brasil e no exterior, assim como em veículos de imprensa, corporações e em órgãos do Poder Público. Contará ainda com o diferencial de dispor sempre de um ensino de

Curso de Comunicação Social Jornalismo

qualidade orientado para aliar o saber conceitual e teórico ao saber prático, realizador. Igualmente, estará apto a construir seus próprios negócios e gerir equipes de trabalho e orçamentos.

Trata-se de uma iniciativa pioneira e fortemente demandada pelo mercado, como demonstraremos com a transcrição, adiante, de depoimentos de profissionais de destaque no mercado do jornalismo especificamente e da comunicação em geral.

A ESPM tem longa tradição em Comunicação, sobretudo no campo da Publicidade. Isto permite partir de uma base conhecida, podendo integrar eixos pedagógicos como Relações e Negócios Internacionais, Economia, Direito e modelagem de negócios.

Grade de Comunicação Social Jornalismo

Grade do Curso de Comunicação Social - Jornalismo

1º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Linguagem I (textos jornalísticos)	72	4	
Introdução ao Jornalismo	36	2	
Teoria da Comunicação I	36	2	
Economia	72	4	
Introdução ao Marketing	72	4	
Filosofia	36	2	
Sociologia	36	2	
Estatística	72	4	
Metodologia da Pesquisa	36	2	
História da Imprensa no Brasil	36	2	
Produção Texto Jornalístico I	36	2	
Total	540	30	

2º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Linguagem II (textos jornalísticos)	72	4	Linguagem I
Estética e Comunicação	36	2	
Teoria da Comunicação II	36	2	Teoria da Comunicação I
Macroeconomia	72	4	Economia
Composto de Marketing	72	4	Introdução ao Marketing
Ciência Política	36	2	
Sociologia da Comunicação	36	2	Sociologia
Pesquisa Quantitativa e Qualitativa	72	4	Estatística / Metod da Pesquisa
Estudos Sócio-Econômicos e Pol Brasileiros	36	2	
Fotografia	36	2	
Produção Texto Jornalístico II	36	2	Produção Texto Jornalístico I
Total	540	30	

3º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Oficina de Redação I (jornal impresso)	72	4	Linguagem II
Agência de Notícias e Política da Informaçã	36	2	
Comunicação Comparada	36	2	
Teorias do Jornalismo	36	2	
Diagnóstico Estratégico de Marketing	72	4	Composto de Marketing
Antropologia	36	2	
Mídia Regional (cenário)	36	2	
Técnicas de Entrevista, Pesq em Jornalismo	72	4	
Ética	36	2	
Fotojornalismo	72	4	Fotografia
Legislação Jornalística	36	2	
Total	540	30	

4º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Oficina de Redação II (rádio)	72	4	Oficina de Redação I
Produção Audiovisual	36	2	
Projeto Gráfico (Diagramação Ed. Eletrônica)	72	4	
Geoeconomia Internacional	72	4	Macroeconomia
Plano Estratégico de Marketing	72	4	Diagnóstico Estrat. de Marketing
Gestão de Marca	72	4	
Infográficos	36	2	
Produção Gráfica	36	2	
Finanças de Mercado	72	4	
Total	540	30	

5º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Oficina de Redação III (TV)	72	4	Oficina de Redação II
Produção e Edição de Vídeo	72	4	
Planejamento de Comun e Rel com a Mídia	72	4	
Produção e Edição de Som	72	4	
Perspectiva Crítica da Notícia	36	2	
Comunicação Corporativa	72	4	
Introdução ao Direito	72	4	
Gêneros Jornalísticos	36	2	
Total	504	28	

6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Oficina de Redação IV (meios digitais)	72	4	Oficina de Redação III
Edição Digital	36	2	
Comunicação Digital	72	4	
Comunicação e Sustentabilidade	36	2	
Gestão de Empresas de Mídia	36	2	
Comunicação e Instituições Públicas	36	2	
Cenários e Tendências Culturais	36	2	
Assessoria de Imprensa	72	4	
Gestão de Reputação e Rel c/ Stakeholders	36	2	
Total	432	24	

7º semestre	C/H	Cre	Requisitos
FGJ I	36	2	Todas 1ª ao 6ª (inclusive)
Jornalismo Comparado	36	2	
Relações Públicas	72	4	
Comunicação Interna	36	2	
Comunicação e Gestão de Crise	36	2	
Métricas e Resultados em Comunicação	36	2	
Comunicação Dirigida	36	2	
Mídia Training	36	2	
Total	324	18	

8º semestre	C/H	Cre	Requisitos
FGJ II	288	16	FGJ I
Total	288	16	

Carga Horária Total	3708	206
Atividades Complementares obrigatórias	144	8
Carga Horária Total do Curso	3852	214

Porque fazer Administração na ESPM?

O curso de Administração da ESPM está entre os melhores cursos de Administração do Rio de Janeiro, estruturado com professores de excelência acadêmica e com ampla atuação no mercado. O resultado dessa combinação é o elevado índice de empregabilidade dos egressos, que chega a 90%.

Entretenimento sempre foi o forte do Rio de Janeiro. Faltava uma escola para ensinar como transformar isso em negócio. Em sintonia com a tradição da ESPM, o curso prepara profissionais para usar o entretenimento como ferramenta de marketing e como uma nova linguagem de aproximação com diferentes públicos, compreender seu potencial e a melhor forma de usá-lo.

Além das disciplinas que dão a base – como matemática, direito, sociologia, economia, antropologia, introdução a finanças, ao marketing e à administração –, o estudante terá contato com: audiovisual (TV, rádio e cinema), música, moda, turismo, esporte, produção cultural, empreendedorismo e entretenimento digital.

Diferenciais do Curso

Já no período básico do curso, o aluno terá contato teórico e prático com as cadeias do entretenimento: audiovisual (TV, rádio, cinema), música, moda, turismo esporte e entretenimento digital, além das disciplinas fundamentais, como: matemática, direito, estudos sociais, economia, finanças, introdução ao marketing e à administração. Após este primeiro ciclo, o foco é dirigido às disciplinas profissionais, tais como planejamento estratégico de comunicação, produção cultural, empreendedorismo e gestão de projetos.

O Administrador com ênfase em Gestão do Entretenimento é um profissional capaz de articular teoria e prática, mobilizando-as de maneira eficiente e eficaz para atender funções de natureza estratégica e tecnológica, requeridas no mundo do trabalho. Será um gestor com visão criativa, capaz de gerenciar experiências com marcas e conteúdos, utilizando o entretenimento como linguagem.

Será capaz de diagnosticar necessidades empresariais e atender com versatilidade as atividades de planejamento, análise, execução, avaliação e gerenciamento da área de Entretenimento.

O formando desse curso terá capacidade para atuar no mercado de entretenimento como gestor, mediador entre empresas e públicos, e como produtor de conteúdo para novas mídias. Poderá atuar como empreendedor de empresas de entretenimento privadas ou públicas. Um profissional híbrido para atender a um mercado cada vez mais exigente de profissionais flexíveis, multidisciplinares e com visão de negócio.

Entrada no mercado profissional

Para os profissionais de entretenimento, o mercado é promissor. No atual contexto de reestruturação produtiva e de alta competitividade, as empresas precisam de profissionais capazes de aumentar seus esforços de relacionamento com o público-alvo.

O mercado é amplo e diversificado ao profissional de administração. As organizações contratam administradores para trabalhar em todas as áreas: marketing, finanças, recursos humanos, eventos, produção cultural, logística, vendas etc. O administrador é necessário em empresas de todos os portes e ramos – entretenimento, serviços, indústrias criativas, varejo e ONGs –, sem falar no que inicia seu próprio negócio. Aliado a tudo isso, o Rio de Janeiro está passando por um dos momentos de maior pujança econômica de sua história, firmando-se como polo das indústrias petrolífera e criativa e também sede dos principais eventos esportivos do planeta.

A ênfase em Gestão do Entretenimento é inovadora, está alinhada com a vocação do Rio como polo do entretenimento e vai atender à demanda de um novo mercado, que está recebendo muito investimento e necessita de profissionais qualificados. Com todas essas possibilidades, a carreira de administrador é muito promissora. Principalmente, se você for um profissional formado pela ESPM.

Grade de Administração

1º semestre	C/H	Cre	Requisitos	2º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Teoria Geral da Administração	72	4		Filosofia	36	2	
Introdução ao Marketing	72	4		Psicologia Aplicada à Administração	36	2	
Ciências Sociais aplicadas à Administração	72	4		Composto de Marketing	72	4	Introdução ao Marketing
Int. ao Universo do Entretenimento	72	4		Economia do Entretenimento	72	4	
Cultura Visual	36	2		Audiovisual (TV, Rádio e Cinema)	72	4	
Metodologia da Pesquisa	36	2		Comportamento do Consumidor	36	2	
Estatística Descritiva	36	2		Estatística Aplicada à Pesquisa	72	4	Estatística Descritiva
Introdução à Economia	36	2		Matemática Aplicada II	72	4	Matemática Aplicada I
Matemática Aplicada I	72	4					
Total	504	28		Total	468	26	
3º semestre	C/H	Cre	Requisitos	4º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Teoria das Organizações	72	4		Gestão de Operações	72	4	
Direito Empresarial	72	4		Direito Trabalhista	72	4	
Diagnóstico Estratégico de Marketing	72	4	Composto de Marketing	Plano Estratégico de Marketing	72	4	Diagnóstico Estrat. de MKT
Análise de Tendências	36	2		Negócio do Turismo	72	4	
Entretenimento Digital	72	4		Negócio das Indústrias Culturais	36	2	
Pesquisa Quantitativa	72	4	Estatística Aplicada à Pesquisa	Pesquisa Qualitativa	72	4	Metodologia da Pesquisa
Contabilidade Financeira e de Custos	72	4		Cálculos Financeiros	72	4	
Microeconomia	72	4	Int. Econ. / Mat. Aplicada II	Macroeconomia	72	4	Microeconomia
Total	540	30		Total	540	30	
5º semestre	C/H	Cre	Requisitos	6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Comportamento Organizacional	72	4		Planejamento e Desenvolvimento RH	72	4	
Gestão de Tecnologia	72	4		Logística Empresarial	72	4	
Marketing de Serviços	72	4		Gestão de Projetos	72	4	
Negócio da Moda	72	4		Narrativas e Marcas	72	4	
Mercado Cultural e Leis de Incentivo	72	4		Produção Cultural	72	4	
Estratégias de Marcas	36	2		Planej. Estrat. Comunicação Corporativa	72	4	
Finanças Corporativas e Orçamento	72	4	Cálculos Financeiros	Trade, Vendas e Varejo	72	4	
Modelagem e Pesquisa Operacional	72	4	Estatística Aplicada à Pesquisa				
Total	540	30		Total	504	28	
7º semestre	C/H	Cre	Requisitos	8º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Trabalho de Conclusão de Curso - TCC I	36	2	Todas 1º ao 6º (inclusive)	Trabalho de Conclusão de Curso - TCC II	36	18	TCC I
Estratégias e Jogos Empresariais	72	4		Estágio Supervisionado	324	2	
Marketing de Relacionamento (B2B e B2C)	72	4		Negociação	36	2	
Empreendedorismo Inovação Econ. Criativa	72	4		Responsabilidade Social e Ambiental	36	2	
Negócio dos Esportes	72	4	Todas 1º ao 4º (inclusive)				
Gestão de Investimentos	72	4	Contabilidade Financeira / Finanças Corporat. e Orçamento				
Total	396	22		Total	432	24	
Carga Horária Total - Tronco Comum 3924 218							
Atividades Complementares obrigatórias 144 8							
Carga Horária Total do Curso 4068 226							

Até a década de 80, o design no Brasil era uma área restrita a poucos grupos. Os cursos superiores chamavam-se Desenho Industrial e o formando se especializava em Programação Visual ou Projeto de Produto. Com a modernização tecnológica e as novas demandas econômicas e socioculturais, o design é visto hoje com outros olhos. Sua importância está em expansão, a informação também se difunde por meio de profissionais qualificados e reconhecidos, por escolas superiores de Design, além de livros e outras publicações.

Design na ESPM

O curso de Design da ESPM RJ tem duas linhas de Formação em Comunicação Visual e Animação. Ele possibilita ao aluno uma sólida formação em projeto e planejamento, em áreas conhecidas do design gráfico-visual, especialmente marcas e sistemas de identidade visual, embalagem, segmento editorial (projetos de livros, revistas, jornais), sinalização ambiental e meios digitais (cinema, vídeo, web) ou em projetos de animação como filmes autorais, empresariais, *advergames* e *e-learning* por meio de diversas técnicas.

Essas práticas relacionam-se com criação, planejamento e gestão de design. Dessa forma, o curso proporciona a formação ampla e necessária para a atuação num mercado que pede um profissional empreendedor e capacitado a criar e gerenciar projetos criativamente.

O curso de Design da ESPM se distingue dos outros cursos superiores da área por oferecer também ao aluno uma visão de negócios, que amplia sua formação em projetos e a especialização técnica específica, em mais de 3.400 horas-aula.

O designer moderno se caracteriza por ser um empreendedor que trabalha em equipe, e a escola incorpora esta visão em seu projeto pedagógico, propondo novas formas de aprendizagem que valorizem esta competência.

Outra diferença diz respeito ao estágio supervisionado obrigatório, que o aluno deve cumprir a partir do 4º semestre do curso e que relaciona e aproxima escola e mercado de trabalho. No último ano, o estudante desenvolve o seu projeto final de graduação onde projetará dentro de

uma das áreas do design gráfico-visual ou da animação, atendendo sua linha de formação.

O mercado de trabalho para o aluno de Design da ESPM

A formação do aluno de Design da ESPM se caracteriza pela construção de conhecimentos culturais, técnicos, de projeto e gestão. Desse modo, ele estará apto a atuar em escritórios de design, agências de propaganda, empresas nacionais e multinacionais, produtoras, editoras e grupos de comunicação ligados à área impressa, eletrônica e ambiental. Pode ainda empreender seu próprio negócio e tornar-se um profissional autônomo na área do design.

Grade de Design

Tronco Comum

1º semestre	C/H	Cre	Requisitos	2º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Projeto I - Inicial	72	4		Projeto II - Lúdico	72	4	Projeto I - Inicial
Linguagem Visual / Cinética	72	4		Funamentos de Gráfica	72	4	
Escultura (Técnicas de Animação)	36	2		Estilos e Técnicas de Animação I	72	4	
Expressão Escrita I	72	4		Fotografia	72	4	
Arte e Design	72	4		História do Design	72	4	
Módulo de Atividades - Núcleo Básico Representação				Módulo de Atividades - Cor e Percepção			
Desenho Livre / Anatomia	72	4		Teoria e aplicação da cor	72	4	
Desenho Técnico / Geometria	72	4		Semiótica	36	2	
Representação Digital	72	4		Percepção	36	2	
				Ilustração e Pintura Digital	36	2	
Total	540	30		Total	540	30	

3º semestre	C/H	Cre	Requisitos	4º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Projeto III - Cultura e Inf. em Ambientes	72	4	Projeto I - Inicial	Projeto IV - Identidade Virtual	72	4	Projeto I - Inicial / Tipografia I
Introdução e Composto de Marketing	72	4		Viabilidade Econômica de Projetos	36	2	
Tipografia I	36	2		Branding - Marketing e Design	72	4	
Ergodesign	36	2		Ergodesign II	36	2	Ergodesign I
Produção Gráfica	36	2		Expressão Escrita II / Roteiro	72	4	
Ambientes Virtuais em 3D	72	4		Imagem em Movimento (Vídeo-Cinema)	72	4	
Módulo de Atividades - Computação Gráfica				Módulo de Atividades - Imagem e Movimento			
Computação Gráfica Editorial	72	4		Animação em 3D	72	4	
Análise Vetorial (Flash)	36	2		Edição de Vídeo	36	2	
				Histórica em Quadrinhos / Storyboard / Int. Animatic	72	4	
WEB	72	4					
Total	504	28		Total	540	30	

5º semestre	C/H	Cre	Requisitos	6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Marketing de Serviços	72	4	Introdução e Composto Marketing	Projeto VI - Sistemas Informacionais	72	4	Projeto I - Inicial
Estágio Supervisionado I	36	2		Motions Graphics	72	4	
				Análise Estética	72	4	
				Estágio Supervisionado II	36	2	
Total	108	6		Total	252	14	

7º semestre	C/H	Cre	Requisitos	8º semestre	C/H	Cre	Requisitos
PGD - I	72	4	Todas 1º ao 6º (inclusive)	PGD - II	72	4	PGD - I / Orçamento Projeto e Produto / Plano de Marketing para Design
Orçamento de Projeto e Produto	36	2	Viabilidade Econ. Projetos				
Plano de Marketing para Design	72	4	Marketing de Serviços				
Gestão em Design	72	4					
Tópicos Especiais em Design	36	2					
Direitos Autoriais, Patrocínios e Contratos	36	2					
Total	324	18		Total	72	4	

Linha de Formação - Comunicação Visual

5º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Projeto V - Embalagem	72	4	Projeto I - Inicial
Materiais e Processos	72	4	
Moda e Cultura e Estamparia	72	4	
Antropologia Visual	36	2	
Módulo de Atividades - Gráfica			
Tipografia II	72	4	Tipografia I
Criação de Fontes	36	2	
Projeto Editorial	72	4	
Total	432	24	

6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Merchandising	36	2	
Oficina Gráfica	36	2	
Prototipagem 3D	36	2	
Ecodesign	36	2	
Design de Superfície	36	2	
Total	180	10	

Linha de Formação - Animação

5º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Projeto V - Advergames, Storytelling e Transmídia	72	4	
Concept Art	72	4	
Estilos e Técnicas de Animação II	72	4	
Animatic I	36	2	
Módulo de Atividades - Personagem			
Modelagem de Personagem	72	4	
Esculturas Digitais	72	4	
Estrutura de Personagem	36	2	
Total	432	24	

6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Captura de Movimento (Motion Capture)	36	2	
Visualização e Animação Interativa	36	2	
Animatic II	36	2	
Produção de Som	36	2	
Efeitos Visuais	36	2	
Total	180	10	

Carga Horária Total	3492	194
Atividades Complementares obrigatórias	144	8
Carga Horária Total do Curso	3636	202

Curso de Relações Internacionais

Seu melhor começo

O profissional formado em Relações Internacionais pela ESPM é um gestor para o mundo de hoje com os olhos voltados para o amanhã, e que conhece de marketing e negócios como poucos. Os primeiros passos de sua carreira são muito importantes. A ESPM quer ser o seu melhor começo! Conceito 5 na avaliação do MEC.

Pensando em quem procura conhecer o mundo, gosta de viajar de avião ou de computador, e de interagir com novas culturas. Dirigido para quem ignora fronteiras existentes e tem um espírito cosmopolita, a ESPM oferece a graduação em Relações Internacionais. E como não poderia deixar de ser, a ênfase do curso é em Marketing e Negócios.

A grade é multidisciplinar e o aluno que concluir a graduação conquistará um vasto olhar sobre diversas áreas: Relações e Negócios Internacionais; Ciências Sociais; Marketing e Comunicação; Country Studies; Modelagem de Negócios; Economia; Direito; Prática de Línguas; Estágio Supervisionado; e Trabalho de Conclusão de Curso.

Além de multidisciplinar, o curso faz com que seus alunos desenvolvam projetos 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.

Um mundo sem fronteira, um curso sem fronteiras

Na ESPM, acreditamos que o mundo sempre foi um mundo sem fronteiras, a despeito da vontade de inúmeros governantes. Ensinamos histórias de guerras para aprender a fazer a paz. Ensinamos negócios internacionais porque o comércio exterior e a vida mercantil sempre estiveram na fronteira deste mundo sem fronteiras. Ensinamos marketing porque, afinal, o que seria de Cabral sem a carta de Caminha?

O Curso de Relações Internacionais da ESPM é um espelho deste mundo. Ele foi inteiramente concebido para que o estudante tenha um conhecimento multidisciplinar estruturado em eixos

Curso de Relações Internacionais

pedagógicos em que as disciplinas seriadas permitem ao estudante evoluir simultaneamente em diversas frentes de aprendizado.

Eixos:

1. Relações e Negócios Internacionais

Este eixo tem como objetivo geral capacitar os estudantes na gestão estratégica de negócios internacionais e é composto de disciplinas introdutórias que caracterizam noções fundamentais empregadas no estudo das Relações Internacionais.

2. Marketing e Comunicação

Neste eixo incluem-se disciplinas voltadas para orientação profissional no grande diferencial da ESPM: sua ênfase em Marketing e Negócios. É o segundo eixo mais importante para a “identidade” do curso, pois neste pode se visualizar a preocupação com o perfil do egresso na sua dimensão de gestor de marketing.

3. Ciências Sociais

Habilitar os estudantes para interpretar corretamente as características sócio-políticas, comerciais e culturais dos mercados externos.

4. Economia

Capacitar o estudante a interpretar os conceitos básicos da ciência econômica que interpreta o mundo dos negócios, decodificar sua linguagem específica e ter acesso crítico às notícias da área.

5. Direito

Demonstrar os princípios e fundamentos do Direito; demonstrar as diversas questões gerais de Direito que envolvem as relações entre as nações bem como os organismos internacionais responsáveis pela produção de normas de Direito Internacional.

6. Modelagem de Negócios

Capacitar o aluno na gestão estratégica de negócios internacionais, dando a ele a formação necessária na área de finanças.

Curso de Relações Internacionais

7. Country Studies

Uma dimensão do perfil do egresso no curso de Relações Internacionais é a de ser capaz de apreender problemas globais e fundamentais; aprender os objetos em seu contexto, sua complexidade, seu conjunto, ou seja, estabelecer as relações mútuas e as influências recíprocas entre as partes e o todo em um mundo complexo. Sendo assim, este eixo é composto de várias disciplinas de conteúdo histórico e contemporâneo sobre regiões e blocos econômicos no mundo, ressaltando aquelas que fazem parte do mapa político e econômico dos negócios internacionais realizados por empresas no Brasil.

8. Prática de Línguas

Saber línguas estrangeiras é um pré-requisito do egresso no curso. Serão ministrados dois semestres da língua inglesa e espanhola. A prática de línguas também será desenvolvida por outras disciplinas que serão ministradas em inglês e/ou espanhol.

9. Trabalho de Conclusão de Curso (PGI)

O PGI é uma atividade acadêmica de pesquisa do curso, ainda que mais comprometida com a aprendizagem do que com contribuições inovadoras ao desenvolvimento da ciência e da tecnologia. Seu objetivo é oferecer uma oportunidade para o estudante elaborar uma reflexão fundamentada na área de seu maior interesse pessoal, profissional e/ou acadêmico por meio de exercício investigatório. O aluno pode optar pelas modalidades PGI Monográfico ou PGI Plano de Negócios Internacional.

10. Estágio

O objetivo deste eixo é contribuir para a formação de um profissional que detenha um conhecimento amplo, profundo e articulado de uma realidade organizacional específica; instrumentalizar o estudante para a atitude do “aprender a aprender”, de forma que, em etapas posteriores à sua graduação, sinta-se capaz de elaborar diagnósticos, planos de melhoria, programas de avaliação e interpretações compatíveis com a realidade organizacional internacional. Em inúmeros casos na ESPM, aqui começa a carreira do egresso.

Grade de Relações Internacionais

1º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Introdução as Relações Internacionais	72	4	
Geografia dos Negócios Internacionais	36	2	
História das RI Modernas	36	2	
Introdução ao Marketing	72	4	
Filosofia Política Moderna	72	4	
Sociologia das Relações Internacionais	72	4	
Country Studies I - Américas	36	2	
Introdução à Economia	72	4	
Metodologia da Pesquisa	36	2	
Inglês I	72	4	
Espanhol I	72	4	
Argumentação e Linguagem I	36	2	
Total	684	38	

2º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Teoria das Relações Internacionais	72	4	
História das RI Contemporâneas	36	2	
Composto de Marketing	72	4	Introdução ao Marketing
Ciência Política	72	4	
Cálculo Diferencial e Integral	72	4	
Country Studies II - Europa	36	2	
Microeconomia	72	4	Introdução à Economia
Fundamentos de Direito Internacional	72	4	
Inglês II	72	4	Inglês I
Espanhol II	72	4	Espanhol I
Argumentação e Linguagem II	36	2	Argumentação e Linguagem I
Total	684	38	

3º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Organizações Internacionais	72	4	
Política Externa Brasileira	72	4	
Diplomacia Cultural	36	2	
Diagnóstico Estratégico de Marketing	72	4	Composto de Marketing
Política no Brasil Contemporâneo	36	2	
Estatística	72	4	
Country Studies III - África e Oriente Médio	36	2	
Macroeconomia	72	4	Microeconomia
Direito do Comércio Internacional	72	4	
Total	540	30	

4º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Geopolítica	72	4	
Análise do Processo Decisório	72	4	
Logística Internacional	36	2	
Plano Estratégico de Marketing	72	4	Diagnóstico Estrat. de Marketing
Contabilidade Empresarial	72	4	
Country Studies IV - Ásia e Oceania	36	2	
Economia Política Internacional	72	4	
Comércio Internacional	72	4	
Direito dos Negócios Internacionais	36	2	
Total	540	30	

5º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Política Internacional	72	4	
Serviços em Empresas Globais	36	2	
Internacionalização de Empresas	72	4	
Avaliações de Operações Financeiras	72	4	
Economia Brasileira	72	4	
Total	324	18	

6º semestre	C/H	Cre	Requisitos
Negociações Internacionais	36	2	
Elaboração de Projetos	36	2	
Gestão de Marcas Internacionais	36	2	
Finanças Corporativas Internacionais	72	4	
Total	180	10	

7º semestre	C/H	Cre	Requisitos
PGI I	72	4	Todas do 1º ao 4º (inclusive)
Gerência Multicultural	36	2	
Marketing de Vendas Internacionais	36	2	
Total	144	8	

8º semestre	C/H	Cre	Requisitos
PGI II	72	4	PGI I
Problemas Estratégicos Contemporâneos	72	4	
Cenários	72	4	
Estágio Supervisionado	288	16	
Total	504	28	

Carga Horária Total	3600	200
Atividades Complementares obrigatórias	144	8
Carga Horária Total do Curso	3744	208

Biblioteca

A Biblioteca ESPM Rio ocupa todo o 2º andar do prédio da Escola e tem seu espaço ampliado com um mezanino. Possui salas de multimídia; computadores com acesso à Internet, aplicativos gráficos e bases de dados; acesso a web de celulares e laptops utilizando a rede wireless; espaço para estudo individual e em grupo equipados com computadores que possibilitam acesso ao ciberespaço. Funciona das 7h às 22h30min durante a semana e aos sábados das 9h às 15h.



Recursos para pesquisa e recuperação da informação e serviços - catálogo on-line, bases de dados, renovação de empréstimos, reservas, solicitação de ficha catalográfica, manuais de normatização de trabalhos acadêmicos, boletim informativo, regulamento, orientação de uso dos serviços e recursos -, estão disponíveis na web, ampliando seu horário de atendimento para 24h dia.

Na biblioteca virtual estão disponíveis 34 bases de dados com informações financeiras, demográficas; de consumo e uso de serviços; econômicas; indicadores de estilo de vida; volume e valor de vendas; perfis de países, empresas e marcas; notícias de televisão e rádio; análise de investimentos e marketing; negócio; publicidade; propaganda; gestão. Há também uma biblioteca de livros digitais com acervo aproximado de 2.800 livros de editores nacionais.

Na Biblioteca 2.0, que faz uso de redes sociais, é possível encontrar informações relevantes para o desenvolvimento acadêmico e profissional na forma de blog, Flickr, Delicious, Skoob, Filmow, Orkut, YouTube, Msn e Twitter.

Seu acervo esta focado nas áreas de gestão, marketing e publicidade e conta com mais de 60 mil documentos. São 30 mil livros, 10 mil periódicos impressos e eletrônicos, 34 bases de dados, 1.200 DVD's, 77 Blu-rays, 902 VHS, 1.200 CD-ROM, 528 e-books, 1.100 monografias. É de livre acesso e está inteiramente disponível para empréstimos à comunidade universitária – desde que o proponente esteja matriculado na Escola ou seja nosso ex-aluno.

Os recursos virtuais disponibilizados para consulta local ou na web são:

Arquivo da Propaganda

Trata-se de uma fonte de referência que fornece peças publicitárias recentes em diversos tipos de mídias.

Brasil em Foco

Disponibiliza 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.

Business Source Premier (EBSCO)

Fornecer texto completo de mais de 3.800 revistas acadêmicas, sendo que 1.100 possuem texto analisado por especialistas. A cobertura inclui praticamente todos os temas relacionados a negócios.

Cenários FGV

Cenários FGV é um boletim trimestral, adequado para apoiar as decisões empresariais, apresentando de forma clara e objetiva a análise dos temas atuais e os prováveis cenários políticos, econômicos e governamentais, no curto e médio prazo.

Communication & Mass Media Complete (EBSCO)

Oferece texto completo e resumos de mais de 400 títulos de periódicos com abrangência aprofundada nos campos da comunicação e dos meios de comunicação de massa.

ECONOMÁTICA

Ferramenta para análise de investimentos em ações utilizadas por analistas das maiores instituições financeiras do mundo.

ECONODADOS

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.

EMERALD

Base de dados com mais de 110 títulos de periódicos eletrônicos nas áreas de administração, negócios, marketing e economia. Arquivos com texto completo desde 1994 e resumos desde 1989.

Educational Resources Information Center - ERIC - (EBSCO)

Contém mais de 2.200 referências, juntamente com resumos, de mais de 980 publicações educacionais.

EUROMONITOR - GMID (Global Market Information Database)

Reúne coleção de informações e dados estatísticos por país que incluem variáveis demográficas, econômicas e indicadores de estilo de vida (histórico e projeção); volume e valor de vendas de varejo (histórico e projeção); 205 perfis de países; dados de consumo internacional por segmento de indústrias e serviços; análises de bens de consumo por país ou blocos econômicos; perfis mercadológicos de marcas e companhias.

FILME B

Filme B é um portal especializado no mercado de cinema no Brasil. Há mais de dez anos, o boletim publica, semanalmente, o ranking detalhado das maiores bilheterias do fim de semana no Brasil e Estados Unidos, além de análises das principais tendências e números do mercado, notícias e matérias de destaque. O portal traz, ainda, o Database Brasil, banco de dados que reúne os resultados finais do setor cinematográfico no país ano a ano, desde 2000 até 2008. E, o Database Mundo, abrangendo o mercado internacional, com análise sintética dos 30 principais mercados de cinema no mundo, suas bilheterias, legislação, leis de incentivo à produção, distribuição e exibição, regulamentações e taxas mais importantes, além de situar o Brasil no cenário mundial.

O portal Filme B agrega vários conteúdos pertinentes ao mercado de cinema, como o Quem é Quem no Cinema no Brasil, com os perfis dos profissionais em atividade. A seção Gráficos e Tabelas disponibiliza importantes dados para consulta e análise. Atualizado todas as terças-

feiras, o Calendário de Lançamentos traz as estréias da próxima sexta-feira e uma previsão dos lançamentos do ano. A seção Filmes Nacionais em Produção, por sua vez, traz um apanhado dos filmes que estão sendo realizados no país.

Internet Securities

Fornece informações macroeconômicas, financeiras, setoriais, de empresas e de negócios sobre mercados emergentes. Reúne fontes como Gazeta Mercantil, O Estado de São Paulo, Valor Econômico, Folha de São Paulo, CVM, Austin Asis, Lafis, Investext, Previsa, LCA, Emerging Markets Week, The Economist, Financial Times, revistas especializadas, associações de classe, Bolsas de Valores, Brokers, entre outras.

IPSON - SISEN - MARPLAN

Fornece perfil de vários segmentos e reúne informações que permitem processamentos cruzados, tanto em hábitos de consumo e uso de serviços, quanto em atitudes, hábitos de lazer, assuntos de interesse e mídia, que indicam claramente o comportamento de targets específicos, otimizando os custos para os clientes. As informações abrangem os mercados: Argentina, Brasil, Chile, México e Costa Rica.

Journal Storage (JSTOR)

Arquivo contendo coleções de periódicos com texto integral. Abrange as áreas de filosofia, sociologia, antropologia, educação, ciência política, história, negócios e artes.

Macrodados

Software voltado para análise de séries econômicas. Importante para o acompanhamento da evolução da economia brasileira e do cenário internacional através de análises em profundidade das informações medidas que são divulgadas.

MSI

Marketing Science Institute é uma organização que se dedica a colmatar o fosso entre a teoria de marketing e a prática dos negócios. Como uma instituição sem fins lucrativos, a MSI apoia financeiramente a pesquisa acadêmica para o desenvolvimento e prática de tradução do conhecimento de marketing de ponta sobre temas de importância para o negócio. MSI suporta estudos realizados por acadêmicos sobre estas questões e divulga os resultados através de conferências e workshops, bem como através de sua série de publicações.

Newspaper Source (EBSCO)

Fornece texto completo de 25 jornais dos Estados Unidos e de outros países. O banco de dados também contém texto completo de transcrições de notícias de televisão e rádio.

OECD

Coleção de periódicos, livros e estatísticas. É multidisciplinar, com ênfase em Economia e Geografia Econômica.

Professional Development Collection (EBSCO)

Abrange uma coleção especializada de mais de 500 periódicos incluindo mais de 300 com textos revisados na área de educação.

Product Lunch Analytics (Datamonitor)

Fonte de informação dos últimos lançamentos de bens de consumo em massa no mercado global. Oferece arquivo de produtos incluindo: fotos coloridas de cada produto, fabricantes, ingredientes, fragrâncias e aromas, valores nutricionais, nível de inovação, detalhes sobre a embalagem, preços de venda e países onde lançaram o produto. Os dados desta base permitem: identificar tendências e padrões de evolução de produtos e embalagens; identificar

oportunidades de mercado; identificar a demanda por ingredientes, sabores e fragrâncias por área geográfica; análise da competição – últimas inovações e tendências, produtos descontinuados; informações globais atualizadas diariamente e dados históricos desde 1980.

SAGE Publications

Reúne coleção de periódicos eletrônicos de diversas áreas do conhecimento. A Biblioteca disponibiliza as coleções em texto completo de comunicação e administração: Communication Studies e Management & Organization Studies.

SCIENCE DIRECT

Contém cerca de 10 milhões de artigos científicos de mais de 2.500 títulos de periódicos e mais de 6.000 e-books, obras de referência, série de livros e manuais nas áreas: ciências físicas e engenharia, ciências biológicas, ciências da saúde e ciências sociais e humanas.

Laboratórios de Informática (PC e MC)

São seis laboratórios de informática, 2 com base PC e 4 com base Macintosh, todas interligadas em rede e conectadas à internet. Esses laboratórios, quando não estão em uso de aula, ficam abertos para uso dos alunos para estudo e realização de trabalhos. Além disso, os computadores são atualizados e possuem softwares específicos para computação gráfica, criação de trabalhos para internet, edição de vídeo e softwares para jogos de empresas; formando usuários capazes de realizar, encomendar e orientar a execução de tarefas constantes no dia-a-dia de um profissional de Administração, Design, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Internacionais.



Infraestrutura



Estúdio Integrado de Imagem e Som

Os alunos de ESPM contam com uma excelente estrutura de imagem e som, amparada com modernos equipamentos de áudio e vídeo, para captação, processamento e edição de spots, trilhas, jingles, vídeos, curtas, comerciais, etc... 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 um computador com DVD, amplificador de som e projetor (*datashow*), todos ligados à Internet.



Auditório

Com capacidade para 120 pessoas em um confortável espaço no 11º andar, equipado com sistema de projeção e áudio.

Unidades de Apoio



Agência Origem ESPM: os alunos de Comunicação Social, Administração e Design têm a oportunidade de estagiar nos principais setores de uma agência, dirigida e coordenada por professores e especialistas, atendendo clientes com trabalhos reais, em instalações totalmente estruturadas com equipamentos de tecnologia avançada. É um primeiro momento para experimentar e testar sua vocação, antes mesmo da escolha de sua área Optativa de Especialização.



Sempre ESPM - Associação de Alunos e Ex-alunos: promove a integração dos alunos e ex-alunos, fortalecendo a comunidade da ESPM. Além do aspecto social, a Associação promove o desenvolvimento profissional e o network entre os alunos e ex-alunos com o mercado, através de eventos e atividades exclusivos para os associados. Esses contatos são de grande valia no momento da colocação no mercado de trabalho.



DARC - Diretório Acadêmico Roberto Civita: é um órgão oficial de representação dos alunos dos cursos de Comunicação Social, Design, Relações Internacionais e Administração. Cuida dos interesses dos alunos organizando e promovendo eventos e prestando serviços de caráter cívico, social, cultural e científico.



Empresa JR: é uma associação civil, sem fins lucrativos, formada e gerida essencialmente por alunos de graduação dos cursos de Administração, Relações Internacionais e Comunicação, os quais prestam serviços de consultoria e desenvolvem projetos para empresas nas suas respectivas áreas, com nível profissional.



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 responsabilidade social dentro e fora da escola, de uma forma prática e pró-ativa com projetos de consultoria e desenvolvimento sustentável.



Studio D: É constituído por alunos do curso de Design supervisionados por um professor. A equipe desenvolve projetos para clientes reais externos e para a própria Escola. O escritório é equipado com versões atualizadas dos softwares usados no curso. A seleção dos alunos é feita semestralmente a partir de avaliação de portfolio e entrevista.



Atlética ESPM: Foi fundada recentemente por alunos e membros do Diretório Acadêmico Roberto Civita no início de 2008 com a missão de dar suporte à realização de eventos, atividades esportivas e de lazer, organizadas pelo DARC. Um dos principais projetos da Atlética RJ é a formação da Bateria ESPM, composta por alunos, professores e funcionários.

ESPM Global Jr.

A Global Jr., núcleo dos alunos de Relações Internacionais, presta os seguintes serviços: plano de negócios e marketing internacional, pesquisa de mercado e assessoria logística, jurídica, política e econômica internacional.

Núcleo de Economia Criativa

Promove pesquisas, cursos, palestras e eventos sobre setores da economia criativa como: expressões culturais, música, filme e vídeo, TV e rádio, arquitetura, design, moda e publicidade.

Contato: economiacriativa@espm.br

Núcleo de Pesquisa

Buscando a expansão do conhecimento, este núcleo proporciona que alunos desenvolvam pesquisas recebendo a orientação de professores. O programa é válido para alunos do 1º ao 6º período e vale como hora complementar.

Contato: npesq@espm.br

Ouvidoria

Destinado a tirar todas as dúvidas e ouvir suas reclamações e sugestões, a Ouvidoria é um canal de comunicação aberto a todos os públicos com o objetivo de promover a melhoria na qualidade dos serviços prestados pela ESPM. Então, se você tiver algum problema na faculdade, já sabe, pode contar com a Ouvidoria.

Contato: ouvidoriarj@espm.br

Atendimento ao aluno

Como forma de orientar o aluno em relação as suas dúvidas profissionais ou inserção no mercado de trabalho a ESPM disponibiliza alguns serviços através do CDP - Centro de Desenvolvimento de Pessoas.

Apoio Psicopedagógico

O PAPO é um atendimento individualizado ao aluno e ex-aluno da ESPM que faz parte das políticas de saúde da instituição. Realizado por profissional capacitado, seu objetivo é auxiliar o discente em tomadas de decisão, clarear seu desejo e facilitar a resolução de questões emocionais, de relacionamentos pessoais e profissionais. O PAPO oferece oportunidade de diálogo e orientação psicossocial, apoiados na ética e na confiabilidade. O resultado esperado da atividade é a integração consciente do acadêmico ao seu contexto de vida atual.

ESPM Carreira

É a área destinada aos alunos e ex-alunos de graduação e pós-graduação da ESPM e oferece serviços que auxiliam na busca por autoconhecimento para a construção de metas profissionais que resultam no melhor posicionamento no mercado. As atividades de suporte oferecidas para a qualificação são o Estágio Supervisionado ou de interesse curricular, o Canal ESPM, a Orientação Profissional com atendimento individual ou em grupo, a Formatação de Currículos e os Programas de Intercâmbio.

PIC - Programa de Iniciação Científica

Tem objetivos maiores do que servir de meio para a formação acadêmica daqueles que dele participa de forma direta. Pretende-se, com o PIC, promover o interesse pela pesquisa e pelo debate na graduação. Promover a competição saudável entre os alunos por bolsas oferecidas e integrar docentes e discentes na busca e na construção de respostas aos desafios científicos.

Rádio Acorde

Foi criada com o objetivo de funcionar como canal de contato da faculdade com a comunidade interna - alunos, professores e funcionários - além de servir de veículo para divulgação de trabalhos realizados por alunos, possibilitando o exercício da prática real deste veículo.

Coral

Composto aproximadamente por 33 vozes, sob a orientação e direção do maestro Waldemar Reis.

Oficina de Improvisação

Atividade exclusiva para alunos da ESPM, sob a orientação e direção do professor Vinicius Messias

Atividades Extras

Intercâmbio

Para proporcionar aos alunos a oportunidade de cursarem uma parte de seus estudos no exterior e pensando, principalmente, no seu desenvolvimento pessoal e profissional, a ESPM possui parcerias com instituições internacionais. As vagas são anunciadas sempre no segundo mês de aula, por meio de palestras, envio de e-mail e cartazes afixados nas salas de aula e os alunos participam de um processo seletivo após a inscrição. Para participar o aluno deve ter coeficiente de rendimento igual ou superior a 8,0, estar entre o 2º e o 6º período no momento da inscrição e fluência no idioma em que são ministradas as aulas. Universidades parceiras:

Portugal:

Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing - IADE
Instituto Português de Administração de Marketing - IPAM
Universidade de Coimbra

Espanha:

Universidad Antonio de Nebrija
Universitat Autònoma de Barcelona

Itália:

Livera Università di Lingue e Comunicazione - IULM

França:

Université de Cergy-Pontoise
École Intuit.Lab
École Internationale de Commerce Et Développement

Chile:

Universidad del Pacifico

Inglaterra:

University of Westminster

Canadá:

Mc Gill University
British Columbia Institute Of Technology (Burnaby)

Estados Unidos:

Babson College
School Of Visual Arts
Suffolk University
The Washington Center

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 e administração, marketing e comunicação que podem ser utilizados por todas as escolas superiores do Brasil.

Programa da Prova

I – COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO (20 questões)

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

1. Língua Portuguesa

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

2. Literatura

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

2.1. Literatura Brasileira:

- Barroco: Gregório de Matos
- Arcadismo: Cláudio Manuel da Costa; Tomás Antônio Gonzaga
- Romantismo: Poesia: Gonçalves Dias; Álvares de Azevedo; Castro Alves - Prosa: José de Alencar; Manuel Antônio de Almeida
- Realismo: Machado de Assis; Raul Pompéia - Naturalismo: Aluísio Azevedo
- Parnasianismo: Olavo Bilac; Alberto de Oliveira; Raimundo Correia
- Simbolismo: Cruz e Sousa; Alphonsus de Guimaraens
- Pré-Modernismo: Euclides da Cunha; Lima Barreto

Programa da Prova

- Modernismo: 1ª geração: Mário de Andrade; Oswald de Andrade; Manuel Bandeira; Antônio de Alcântara Machado - 2ª geração: Graciliano Ramos; Jorge Amado; José Lins do Rego; Carlos Drummond de Andrade; Cecília Meireles; Murilo Mendes - 3ª Geração: Guimarães Rosa; Clarice Lispector; João Cabral de Mello Neto.

2.2. Literatura Portuguesa:

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

II – MATEMÁTICA (20 questões)

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

1. Conjuntos numéricos

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

2. Equações e inequações no conjunto dos reais

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

Programa da Prova

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

Programa da Prova

9. Geometria analítica plana

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

10. Trigonometria

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

11. Análise combinatória e probabilidades

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

12. Estatística básica

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

III – HUMANIDADES E CULTURA GERAL CONTEMPORÂNEA (30 questões)

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

Programa da Prova

1. História

A prova de História exigirá do aluno que utilize os conhecimentos adquiridos ao longo do Ensino Médio. Assim o aluno deverá ser capaz de responder sobre o processo histórico, com a aguda lucidez daqueles que, não satisfeitos com a aparência, buscam a essência dos fatos. Isto significa identificar os fatores econômicos, sociais, políticos e culturais que se influenciam e

interagem, produzindo os fatos históricos. Para avaliar tais exigências a prova contará com questões abrangendo a História Geral, a História da América e a História do Brasil.

1.1. História do Brasil

- Brasil Colonial: O Sistema colonial: organização política e administrativa; A economia colonial: extrativismo, agricultura, pecuária, mineração e comércio; Rebeliões coloniais e tentativas de emancipação; O período joanino e a independência.
- Brasil Império: O primeiro reinado e as regências: organização do Estado e lutas políticas; O segundo reinado: economia, política e manifestações culturais; Imigração e abolição; A crise do império e o advento da República.
- Brasil República: Economia, política e movimentos sociais na República Velha; As eras de Vargas; Política, economia e sociedade no Brasil entre 1945 e 1964; O Estado Autoritário (1964-1985); A redemocratização e a Nova República; O sistema político atual.

1.2. História da América

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

1.3. História Geral

- História Antiga: O mundo grego; O mundo romano
- História Medieval: O Islão; Economia, sociedade e política no feudalismo; O desenvolvimento do comércio, o crescimento urbano e a vida cultural.
- História Moderna: Renascimento; Mercantilismo e Absolutismo; Revolução francesa de 1789; Revolução industrial e capitalismo.
- História Contemporânea: Ideias 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

3.5. Cidadania e democracia

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

IV – INGLÊS (10 questões)

A prova terá por objetivo avaliar a capacidade de compreensão mostrando competência de leitura de diferentes tipos de texto em inglês padrão. O candidato deverá ser capaz de reconhecer, localizar, selecionar, parafrasear, analisar, deduzir ou sintetizar as ideias 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 ideia.

1. Seleção de textos

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

2. Fontes:

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



EDITAL DO PROCESSO SELETIVO CLASSIFICATÓRIO 2013/2

A Diretora Geral da Escola Superior de Propaganda e Marketing – Unidade Rio de Janeiro, de acordo com o regimento interno, torna pública as normas do Processo Seletivo classificatório – no 2º semestre do ano letivo de 2013 - Vestibular 2013/2.

1. CURSOS / ATOS LEGAIS / TURNOS / VAGAS

Curso		Atos Legais	Turno	Vagas
Administração	Linha de Formação em Marketing e Entretenimento	Renovação do Reconhecimento pela Portaria nº 1.717 de 19/05/05, publicada no D.O.U de 20/05/05	Manhã*	50
Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo		Autorizado pela Portaria nº 407 de 11/10/11, publicada no D.O.U. de 14/10/11	Manhã*	41
Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda		Renovação do Reconhecimento pela Portaria nº 3.452 de 05/10/05, publicada no D.O.U. de 10/10/05	Manhã*	16
Design com Habilitação em Comunicação Visual		Reconhecimento pela Portaria nº 759 de 13/10/06, publicada no D.O.U. de 16/10/06	Manhã*	15
Relações Internacionais		Autorizado pela Portaria nº 212 de 06/06/06, publicada no D.O.U de 08/06/06	Manhã**	50

(*) do 1º ao 4º semestres das 8h às 13h20min, do 5º ao 8º semestres das 18h30min às 22h50min;

(**) do 1º ao 4º semestre de 8h às 17h20min (intervalo de 13h20 às 14h) e do 5º ao 8º semestres das 18h30min às 22h50min.

As aulas de todos os cursos acontecem de 2ª a sábado. Os cursos têm duração mínima de 4 anos, 8 semestres, e o prazo máximo de integralização é de 14 semestres, incluindo trancamento e reprovações. O turno vespertino também poderá ser utilizado para o oferecimento de disciplinas de dependência ou reposições, a critério da Escola.

As vagas oferecidas para este processo seletivo terão validade exclusivamente para o 2º semestre de 2013. O Funcionamento de todos os cursos será na sede da ESPM-RJ à Rua do Rosário, nº 90, Centro, Rio de Janeiro, RJ, com no máximo 60 alunos por turma. A ESPM se reserva o direito de não abrir turmas com menos de 15 alunos.

As opções de curso somente poderão ser escolhidas de acordo com a tabela abaixo. A primeira opção é obrigatória e a segunda é facultativa ao candidato.

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



2. INSCRIÇÃO

2.1 - Candidatos

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 do candidato poderá ser adquirido no site da ESPM www.espm.br/vestibular.

As inscrições para o Processo Seletivo estarão abertas no período de **15 de abril de 2013 a 19 de junho de 2013**, única e exclusivamente através do site da ESPM, www.espm.br. No ato da inscrição o candidato deverá identificar o curso de sua escolha.

A taxa de inscrição é de R\$ 120,00 e – até o vencimento – poderá ser paga em qualquer agência bancária. No ato da inscrição é necessário informar o nº do CPF e o endereço eletrônico.

2.2 – Treineiros

É necessário informar o nº do CPF próprio e um e-mail no ato da inscrição. Os candidatos “**treineiros**” terão isenção de 50% na taxa de inscrição do vestibular; e para conseguir esse desconto, terão de declarar-se na ficha de inscrição e não poderão solicitar matrícula nos cursos de graduação oferecidos nesse processo seletivo, pois participarão exclusivamente a título de treinamento e aferição de seus conhecimentos. Os descontos não são cumulativos. Os dez primeiros candidatos treineiros mais bem classificados dentro da classificação geral terão a isenção na taxa de inscrição do vestibular do próximo semestre 2014/1. A listagem desses candidatos estará disponível desde a abertura das inscrições. O candidato nessa situação terá de se inscrever e informar à coordenação do vestibular pelo e-mail vestibularrj@espm.br e no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do dia em que informar à instituição, receberá a comunicação de que sua inscrição foi efetivada. Aquele que porventura não utilizar o benefício no semestre subsequente poderá prorrogá-lo por mais um semestre.

Pessoas portadoras de qualquer tipo de limitação ou necessidade especial participarão do vestibular em igualdade de condições com os demais candidatos. Contudo, nesses casos, o candidato deve informar à instituição com antecedência mínima de 20 dias à realização do exame, para que sejam tomadas as providências necessárias de acordo com a especificidade.

O local do exame para os candidatos a todos os cursos será divulgado por e-mail na semana anterior à realização do vestibular.

3. PROVA

Será realizada no dia **23 de junho de 2013** das 10h às 15h, na Rua do Rosário, 90 – Centro, Rio de Janeiro-RJ. O candidato **deverá chegar ao local das provas às 9h**, munido de documento de identidade **original** e caneta esferográfica preta ou azul escura. Não será permitida a entrada de candidatos depois das 9h45min, horário determinado para o fechamento dos portões. Na ausência de cédula de identidade expedida pela Secretaria da Segurança Pública, será aceito um dos seguintes documentos: 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 Habilitação com foto, Cédula de Identidade fornecida por Ordem ou Conselho Profissional, como as do CREA e OAB (somente serão aceitos documentos originais). **Os candidatos que não apresentarem documento de identidade original no dia do exame serão impedidos de realizar a prova.**

A sala de realização da prova será divulgado por e-mail na sexta-feira, 21 de junho de 2013.

O Processo Seletivo será constituído das seguintes avaliações:

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

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 é de 120.

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

4. CLASSIFICAÇÃO

Os candidatos serão classificados de acordo com a pontuação nas provas e na redação. As classificações dos cursos serão calculadas separadamente. O desempate será pela pontuação maior obtida na redação em todos os cursos. Em caso de novo empate será considerada a maior pontuação em Comunicação e Expressão para os candidatos aos cursos de Comunicação Social e Design, Humanidades e Cultura Geral Contemporânea para os candidatos ao curso de Relações Internacionais e Matemática para os candidatos ao curso de Administração. Se ainda assim houver empate, o desempate será Inglês.

Em nenhuma hipótese haverá revisão de provas, nem mesmo discussão dos critérios de correção. **Serão eliminados os candidatos que não atenderem obrigatoriamente as duas exigências que se seguem:**

- Não atingirem o mínimo de 25 pontos no total das provas;
- Nota na Redação inferior a 2,0 (dois) pontos, total de 4,0 (quatro) pontos.

5. RESULTADO

A classificação dos aprovados será divulgada no dia **28 de junho de 2013**, no endereço eletrônico www.espm.br e, ainda, na ESPM. **Em nenhuma hipótese o resultado é informado por telefone.** Os candidatos somente poderão requerer a matrícula de acordo com a opção feita na inscrição do processo seletivo, de acordo com os critérios de classificação, obedecendo ao calendário de convocação.

As datas das convocações dos candidatos habilitados à matrícula na ESPM-RJ e os respectivos dias de matrícula obedecerão à tabela abaixo:

CONVOCAÇÃO	DATA DA CONVOCAÇÃO	DATA DA MATRÍCULA	HORÁRIO
1ª	28 de junho de 2013	1 a 5 de julho de 2013	9h às 18h
2ª	9 de julho de 2013	10 a 12 de julho de 2013	9h às 18h
3ª	16 de julho de 2013	17 a 19 de julho de 2013	9h às 18h

A 4ª lista será convocada em caso de vagas disponíveis, os candidatos deverão acompanhar no site da ESPM-RJ, e-mail ou SMS.



6. MATRÍCULA

Os candidatos convocados para matrícula, de acordo com a sua opção de curso, deverão matricular-se na data correspondente à da convocação conforme indicado na tabela acima. A não efetivação da matrícula, na data indicada, implicará a perda do direito à vaga que lhe confere a sua classificação.

6.1 Documentos exigidos para a Matrícula: uma cópia autenticada de cada documento solicitado abaixo ou uma cópia dos documentos acompanhadas dos originais para autenticação na ESPM:

- Certificado ou Diploma de Ensino Médio;
- Histórico Escolar;
- Cópia da Publicação do Diário Oficial com relação dos concluintes;
- Certidão de Nascimento ou Casamento;
- Certificado de Situação Militar;
- Cédula de Identidade;
- Título de Eleitor;
- CPF próprio e do pai ou mãe, caso o candidato seja menor;
- Comprovante de Residência (luz, gás);
- uma foto 3X4 recente.

Ensino Médio concluído no Exterior:

- O candidato deverá entregar a documentação convalidada pelo Conselho Estadual de Educação, no Brasil. Se o Ensino Médio foi concluído nos Países do MERCOSUL não será necessário a convalidação, mas sim, cópia dos documentos do Ensino Médio (Certificado de Conclusão e Histórico Escolar) com o Visto Consular.

O candidato menor de 18 anos deverá comparecer acompanhado do 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.

6.2 Valores pagos na Matrícula para todos os cursos:

Matrícula (Mensalidade Julho)

- Administração, Comunicação Social e Design – R\$1.983,00 (hum mil, novecentos e oitenta e três reais)
- Relações Internacionais - R\$1.920,00 (hum mil, novecentos e vinte reais)

Os respectivos valores serão reajustados anualmente, sempre no mês de Janeiro, de acordo com a variação dos custos desta Instituição de Ensino, independentemente do semestre em que o candidato tenha ingressado.

Perderá direito a vaga o candidato que não efetivar o pagamento da 1ª mensalidade até a data do vencimento.

7. BOLSA DE ESTUDOS, FINANCIAMENTO E SEGURO

7.1. BOLSA EXCELÊNCIA VESTIBULAR

A ESPM-RJ ofertará uma Bolsa de Estudos de 75% da mensalidade ao primeiro colocado em cada curso, ou seja, a bolsa será de quatro anos e tem como condição para sua manutenção o aluno não reprovar em nenhuma disciplina durante o curso. A reprovação em uma disciplina ocasionará a perda total da bolsa. Essa bolsa contempla inclusive a matrícula. 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 2013/2. Em



caso de cancelamento a bolsa será concedida e repassada ao próximo aluno no mês subsequente ao cancelamento.

O resultado da bolsa do 1º colocado só será divulgado após o resultado do Vestibular de Inverno. Ficará com a bolsa, o candidato que obtiver a maior pontuação nos resultados dos Vestibulares 2013/1 e 2013/2.

7.2 PROGRAMA DE FINANCIAMENTO ESTUDANTIL – FIES

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, apenas os candidatos que realizaram o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). A taxa de juros oferecida no programa é a menor taxa de financiamento do mercado, 3,4% ao ano. As inscrições podem ser feitas virtualmente no site <http://sisfies.mec.gov.br>. Para informações adicionais 0800 616161.

7.3 SEGURO EDUCACIONAL

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

7.4 CRÉDITO EDUCATIVO SOLIDÁRIO ESPM

O programa visa auxiliar aluno com desempenho acadêmico destacado estudar na **ESPM** oferecendo subsídios aos seus estudos. Para isto o programa se destina a alunos que não apresentem qualquer tipo de advertência somado a sua colocação no vestibular, um fator de seleção classificatório e decisivo para a aceitação no programa, bem como o desempenho acadêmico do estudante. Os requisitos acadêmicos para participação no programa são:

1- Para Calouros:

- a. Classificação na 1ª chamada do vestibular;
- b. Participação no seguro educacional;

2- Para Veteranos:

- a. Média escolar igual ou acima de **8,5** (oito e meio); (Casos de alunos com média entre **7,0 e 8,5** serão analisados individualmente);
- b. Constar até 2 (duas) dependências no histórico escolar do aluno no semestre em curso e/ou semestre imediatamente anterior;
- c. Não apresentar nenhuma ocorrência disciplinar;
- d. Participação no seguro educacional;

A ESPM solicita a apresentação de um fiador, que não pode conter restrição ao crédito junto ao Serasa / SPC. O Fiador deverá apresentar cópia do CPF e será co-participante dos valores devidos pelos alunos. O Fiador assinará Nota Promissória do montante devido no semestre em questão.

Além disso, o aluno deverá apresentar declaração de imposto de renda e recibo de entrega do IRPF do responsável financeiro e do fiador. A análise do crédito baseada na renda familiar deverá obedecer à seguinte regra:

Renda Familiar anual líquida R\$	Percentual de Crédito Concedido
Até 60 mil	80%
de 60 mil a 80 mil	60%
de 80 mil a 100 mil	40%
de 100 mil a 120 mil	20%



A renda familiar anual líquida será demonstrada pela declaração de IRPF dos pais do aluno.

Importante!

Todo aluno passará por uma avaliação sócio-econômica-financeiro, estando sujeito a entrevista pessoal ou visita à sua residência. A matrícula não garante a concessão do crédito.

8. EQUIVALÊNCIA DE ESTUDOS

Deverá ser solicitada na forma da legislação vigente. O candidato poderá ser dispensado de disciplinas já cursadas com aprovação em outro curso de Graduação em Instituição e Curso reconhecidos pelo MEC. Esta equivalência deverá ser solicitada no ato da matrícula com os originais do Histórico Escolar e Programa das Disciplinas cursadas. A Dispensa de disciplina não reduz o valor da mensalidade.

9. CANCELAMENTO

No caso de Cancelamento da Matrícula (termo de anuência) será restituído 80% (oitenta por cento) dos valores pagos, desde que o cancelamento seja solicitado até o dia **26 de julho de 2013**. Após esse prazo, a ESPM não será obrigada a devolver quaisquer quantias pagas.

10. INÍCIO DO SEMESTRE LETIVO

As aulas do 2º semestre terão início no dia 5 de agosto de 2013.

