

ESPM									
GRADE CURRICULAR - CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL - 2011/2									
Eixos de Conhecimento	1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre	7º Semestre	8º Semestre	
Expressão	Língua Portuguesa I	Língua Portuguesa II	Língua Portuguesa III	Responsabilidade Socioambiental e Sustentabilidade	Redação I (Expressão Oral)	Redação II (Planos de Negócios)	Redação III (Apresentação de Negócios)		
Ambiente de Negócios	Est. Soc. Pol. Econ. Bras. I	Est. Soc. Pol. Econ. Bras. II	Economia		Gestão de Negócios		Administração de RH - Times		
Marketing (Mercadologia)	Marketing I	Marketing II Pesquisa I	Marketing III Pesquisa II	Marketing IV Pesquisa III	CRM I	Trade Marketing*	Marketing de Nichos		
Comunicação Mercadológica	Teoria da Comunicação I	Teoria da Comunicação II	Gestão de Contatos com a Marca I	Gestão de Contatos com a Marca II		Gerência de Database	CRM II	Planejamento de Comunicação II	
	História da Arte I	História da Arte II	Fotografia I	Fotografia II		Abordagens Contemporâneas da Comunicação Mercadológica			
	Elementos e Técnicas de Comunicação com o Mercado	Planejamento Promocional I	Planejamento Promocional II	Planejamento de Comunicação I					
	Comunicação Comparada	Criação I	Criação II	Criação III					
		Produção Gráfica	Produção em RTVC I	Produção em RTVC II					
			Computação Gráfica I	Computação Gráfica II					
				Comunicação c/ Públicos de Interesse					
Formação do Raciocínio Qualitativo	Filosofia I	Filosofia II	Psicologia I	Psicologia II (Comportamento do Consumidor)					
	Sociologia	Antropologia							
	Lógica	Ética e Legislação							
Formação do Raciocínio Quantitativo	Estatística I	Estatística II		Finanças I	Finanças II				
Projeto de Graduação ESPM							PGE I	PGE II	

**Atividades Complementares: 144 h/a**

**Carga Horária Total: 3312 h/a**

**Horário: Do 1º ao 4º semestre: período da manhã, das 7h20 às 12h50**

**Do 5º ao 8º semestre: período da noite, das 19h30 às 23h00**

**\* Os alunos da trilha de Trade MKT e Varejo não cursam a Disciplina de Trade Marketing.**

**OPTATIVAS** (escolhidas pelo aluno a partir do 5º semestre)

Comunicação Integrada	Planejamento, Implementação e Controle de Propaganda	Planejamento, Implementação e Controle de Eventos	Planejamento, Implementação e Controle de Comunicação Integrada		
	Planejamento, Implementação e Controle de Com. Dirigida	Gestão de Contatos com a Marca - Ambiente, Planejamento e Negociação			
	Planejamento, Implementação e Controle de Promoção de Vendas e Merchandising	Arena Digital II	Finanças Aplicadas à Comunicação Integrada		
	Arena Digital I				
Criação	Criação de Conceitos de Comunicação (Direção de Criação)	Criação Digital I	Criação Digital II		
	Criação de Propaganda I	Criação de Propaganda II	Produção Digital		
	Criação de Promoção, Merchandising e Eventos I	Criação de Promoção, Merchandising e Eventos II	Programa de Orientação ao Portfólio - POP		
		Produção Eletrônica			
Marcas, Produtos e Serviços	Gerência de Marcas, Prods. e Servs. no Mercado de Consumo (B2C)	Disciplina suplementar (optativa): Direção de Arte	Marketing Direto		
		Gerência de Marcas, Prods. e Servs. no Mercado Industrial (B2B)			
	Marketing e Negócios na Arena Digital	Inteligência Competitiva			Finanças Aplicadas ao Marketing III
	Finanças Aplicadas ao Marketing I	Finanças Aplicadas ao Marketing II			
Trade MKT e Varejo	Gerência de Marcas, Prod. e Serv. no Mercado de Consumo (B2C)	Estratégia de MKT por Canal*	Comportamento de Compra e Gerência. de Categoria		
	Marketing e Negócios na Arena Digital	Gestão Estratégica do Varejo	Finanças Aplicadas ao Marketing III		
	Finanças Aplicadas ao Marketing I	Marketing Varejista			
		Finanças Aplicadas ao Marketing II			