



**Universidade
Anhembi Morumbi**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Escola de Ciências Humanas e Sociais

Guia Rápido do Curso Superior de Relações Públicas

Universidade Anhembi Morumbi

Fundada, em 1970, com o intuito de oferecer o primeiro curso superior de Turismo do Brasil, a Universidade Anhembi Morumbi ampliou a oferta de cursos em diferentes áreas durante a década de 1980. Credenciada como universidade na década de 1990, inaugurou o segundo campus, localizado na região da Mooca, para oferta concentrada de cursos na área da Saúde. Nas duas primeiras décadas do novo milênio, a Universidade continuou a trajetória de expansão com o lançamento de novos campi – Morumbi, Vale do Anhangabaú, Paulista 1 e Paulista 2 – e polos de educação a distância em diversas regiões.

Ao longo de sua história, a Anhembi Morumbi se tornou reconhecida pela oferta de cursos inéditos como Gastronomia, Aviação Civil, Design Digital, Quiropraxia, Moda e Estética.

Em 2005, torna-se uma universidade internacionalizada ao integrar a Rede Internacional de Universidades Laureate, dinamizando ainda mais o binômio “criatividade e inovação” que sempre esteve presente na Anhembi Morumbi. Com a internacionalização, passou a proporcionar aos estudantes a oportunidade de formação e atuação mundial por meio de programas exclusivos de intercâmbio para complemento das matrizes curriculares, dupla diplomação e estágio internacional, entre outros.

Situada em São Paulo, a Anhembi Morumbi tem, atualmente, mais de 46 mil estudantes em cursos de graduação e pós-graduação lato sensu, nas modalidades presencial e a distância, além de pós-graduação stricto sensu e cursos de extensão.

A Universidade tem como missão: “Prover educação de alta qualidade, formando líderes e profissionais capazes de responder às demandas do mundo globalizado e contribuir para o progresso social e ambiental com espírito empreendedor e valores éticos”. Sua visão é: “Consolidar nossa posição de liderança no Ensino Superior em todas as áreas de conhecimento em que atuamos, formando o maior número de profissionais diferenciados, por meio da excelência acadêmica, inovação e internacionalidade”.

Nossos valores modelam nossas ações, potencializando ainda mais resultados sempre voltados à educação e excelência acadêmica, assegurando a perenidade de nossa Instituição, que valoriza a paixão, o respeito à diversidade, o trabalho em equipe, a inovação, o foco em resultado, a responsabilidade corporativa, o compromisso social, a ética e a transparência.

Escola de Ciências Humanas e Sociais

A Escola de Ciências Humanas e Sociais – ECHS surge no segundo semestre de 2016, como fruto da reorganização acadêmica da Universidade, reunindo cursos que pertenciam às antigas Escola de Negócios, Escola de Comunicação e Escola de Educação e alguns cursos da Escola de Artes, Arquitetura, Design e Moda. Atualmente, a ECHS é composta por cinco áreas de atuação, assim segmentadas: Artes, Comunicação, Educação, Negócios, Turismo e Hospitalidade.

A Escola de Ciências Humanas e Sociais tem por objetivos:

- Priorizar a compreensão da realidade contemporânea;
- Desenvolver um ambiente acadêmico que privilegie a pesquisa científica aplicada;
- Potencializar atividades complementares a fim de ampliar a gama de conhecimento dos estudantes;
- Utilizar e aprimorar a educação a distância utilizando-se de tecnologias de informação e comunicação;
- Executar avaliações contínuas – formativas e somativas – estimulando estudantes à proatividade em sua formação e desempenho;
- Estabelecer parcerias no âmbito da comunidade interna, da sociedade civil e do mercado que potencializem a capacidade de formação profissional e humana entre os estudantes;
- Promover a qualificação e avaliação do pessoal técnico-administrativo e do corpo docente, estimulando-os à permanente qualificação e valorizando-os como centros do processo de ensino-aprendizagem;
- Fortalecer a integração entre estudantes, professores e funcionários.

A competência empreendedora e a atuação profissional do estudante, princípios fundamentais da Universidade, têm implicado agilidade na compreensão das tendências do mercado profissional e no planejamento e aplicação do projeto pedagógico das áreas compreendidas nas Ciências Humanas e Sociais. Nesse sentido, os cursos que



compõem a ECHS têm claros vínculos com mercado e comunidade. Seja por parcerias firmadas com empresas, seja pelo trabalho regular em atividades de extensão, no âmbito institucional ou no interior dos Projetos Pedagógicos de cada curso.

Sobre o curso

O curso de Relações Públicas da Universidade Anhembi Morumbi ganha cotidianamente mais importância no atual ambiente político, social e econômico, no qual se torna cada vez mais estratégico o relacionamento das organizações com públicos de interesse. A profissionalização do setor estimula a busca por profissionais com conhecimentos sólidos, visão estratégica e capacidade de análise crítica e de produção comunicacional – profissionais preparados para compreender as rápidas mudanças de comportamento de diferentes públicos, demandas e expectativas. O profissional de relações públicas pensa e atua, de forma estratégica e embasada, na construção e manutenção da imagem, da reputação, dos relacionamentos positivos e construtivos da empresa ou da instituição na qual atua.

Objetivo geral do curso

Capacitar o estudante a desenvolver pesquisas e diagnósticos visando a um planejamento estratégico de relações públicas e comunicação integrada, enfatizando o desenvolvimento de materiais de comunicação em diferentes meios e suportes, sempre de forma ética e socialmente responsável. O curso visa ao desenvolvimento de um profissional que pense e desenvolva a estratégia de comunicação da organização, dialogando com variados públicos.

Objetivos específicos

- a) Desenvolver pesquisas e auditorias de opinião, imagem, reputação e relacionamento que resultem em diagnósticos precisos dos processos comunicacionais organizacionais, elementos importantes do planejamento estratégico de relações públicas;
- b) Coordenar o desenvolvimento de materiais de comunicação, em diferentes meios e suportes, voltados para a realização dos objetivos estratégicos do exercício da função de relações públicas;
- c) Identificar a responsabilidade social da profissão e assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes às estratégias e aos processos da área de comunicação organizacional.

Público-alvo

O curso se destina a pessoas interessadas em desenvolver ao máximo suas habilidades de comunicação, tão necessárias ao profissional de relações públicas. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção dos profissionais egressos do curso, que podem ocupar posições de trabalho em empresas, organizações governamentais e do terceiro setor. O profissional de relações públicas deve possuir as competências necessárias para estabelecer diálogos com todos os públicos envolvidos com essas organizações, sendo responsável pela formação e manutenção da imagem, da reputação e dos relacionamentos da empresa com seus públicos. Cada vez mais, percebe-se e se valoriza a presença desse profissional, em razão de sua importância estratégica.

Disciplinas

ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS

Resgata e discute as diversas linhas de teorização da comunicação organizacional, refletindo sobre o papel do comunicador na gestão de relacionamentos como ação institucional. Dá ênfase aos processos da comunicação interpessoal, às práticas de gestão de crises e a seus desdobramentos à luz do cenário organizacional.

ANTROPOLOGIA E CULTURA BRASILEIRA

A disciplina introduz, desdobra e aprofunda conceitos que compõem as áreas específicas das ciências sociais, enfatizando a antropologia social. Discute as sociedades contemporâneas, em especial, suas relações sociais, políticas, econômicas e culturais. Aborda a diversidade cultural brasileira, suas manifestações e produção material.

ARTE, ESTÉTICA E COMUNICAÇÃO

Discute as diferentes linguagens manifestas na história da arte ao propor reflexão, contextualização e análise crítica da produção artística e cultural moderna e contemporânea. Trata ainda das questões estéticas e do estudo do belo, traçando possíveis implicações sociais, culturais e comunicacionais nas sociedades contemporâneas.

COMPORTAMENTO, CERIMONIAL, PROTOCOLO E ETIQUETA

Situações que abrangem a vida social e profissional, a comunicação oral e corporal, todos os cerimoniais de negócios e de eventos sociais são os temas centrais dessa disciplina, que aborda ainda o multiculturalismo, normas e leis de protocolo, etiqueta pessoal e profissional como ferramentas que auxiliam o profissional na atuação com o mercado.

COMUNICAÇÃO

A disciplina aborda aspectos relacionados à organização de textos produzidos em diferentes linguagens. Fornece subsídios teóricos e práticos para a produção de textos coerentes, compreensão da intertextualidade, tipos de texto e gêneros de discurso, relacionando-os a seus contextos de produção e recepção.

DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

A disciplina discute os desafios contemporâneos do homem enquanto profissional, destacando-se os desafios sociais, os desafios éticos, os desafios do mercado globalizado e os desafios políticos.

DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL

Explora de que maneira se desenvolve o psiquismo a partir da inserção do indivíduo no ambiente psicossocial, identificando as manifestações do inconsciente no comportamento do sujeito. Aborda o fenômeno da percepção e sua relação com o desenvolvimento de aptidões mentais. Dedicar-se também à psicologia organizacional e ao impacto da comunicação, motivação e liderança nas relações de trabalho.

ESTRUTURA DE TEXTO PARA AUDIOVISUAL

Aprofunda as bases do pensamento científico e as modalidades de fundamentação teórica e metodológica da pesquisa científica. A disciplina proporciona a prática da redação, argumentação e linguagem como discurso a ser apresentado aos públicos estratégicos.

ESTRUTURA DE TEXTO PARA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Explora as bases do pensamento científico e as modalidades de fundamentação teórica e metodológica da pesquisa científica. Ainda dentro do conceito de comunicação organizacional integrada, a disciplina desenvolve, tendo como base principal a comunicação institucional, a prática da redação, da argumentação e da linguagem, visando cumprir os objetivos estratégicos institucionais da organização.



ESTRUTURA DE TEXTO PARA COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

A disciplina trata as bases do pensamento científico e as modalidades de fundamentação teórica e metodológica da pesquisa científica. Dentro do conceito de comunicação organizacional integrada, a disciplina desenvolve, tendo como base principal a comunicação mercadológica, a prática da redação, da argumentação e da linguagem, visando cumprir os objetivos estratégicos mercadológicos da organização.

ESTRUTURA DE TEXTO PARA MÍDIA DIGITAL

A disciplina desenvolve as bases do pensamento científico e as modalidades de fundamentação teórica e metodológica da pesquisa científica. A disciplina aprofunda, tendo como base os meios digitais, a prática da redação, da argumentação e da linguagem necessárias para atingir de forma adequada públicos estratégicos digitais.

ESTRUTURA DE TEXTO PARA PESQUISA TEMÁTICA

A disciplina introduz os fundamentos e bases do pensamento científico e as modalidades de fundamentação teórica e metodológica da pesquisa científica. A disciplina trabalha ainda a prática da redação, argumentação e linguagem como discurso a ser apresentado aos públicos estratégicos.

ESTUDOS FOTOGRÁFICOS

Aborda o percurso histórico da fotografia e o desenvolvimento da técnica pelas fases analógica e digital. Introduz e aperfeiçoa o estudo da linguagem fotográfica a partir da estrutura visual, com interpretação da imagem em portfólios de fotógrafos relevantes. Analisa a inserção da fotografia em textos escritos e eletrônicos.

ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Discute o exercício da profissão de relações públicas em favor do interesse público. Interpreta conceitos e reflete sobre paradigmas éticos. Analisa e interpreta o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas e a legislação correlata. Identifica desvios deontológicos, compreendendo sempre os parâmetros legais da profissão.

GESTÃO DA IDENTIDADE CORPORATIVA

Apresenta estratégias corporativas para criação, elaboração e manutenção da identidade de marcas, aspectos críticos com relação ao marketing e comunicação. Discute as diferenças de marcas corporativas, de produtos e de serviços e a percepção da sociedade de consumo sobre as identidades corporativas.

GESTÃO DE EVENTOS

A disciplina parte de um panorama histórico dos eventos para abordar as tipologias e os conceitos de eventos sociais, corporativos, culturais, esportivos e técnico-científicos. Apresenta ainda a importância das etapas de um planejamento, abordando a análise de custos, a produção, a logística e o retorno em eventos.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Apresenta os conceitos de governança corporativa e suas implicações no ambiente de negócios, identificando as diversas ferramentas que a caracterizam e como devem ser aplicadas em diferentes tipos de organização, cooperativas, empresas estatais e privatizadas e organizações de terceiro setor. Discute e dá ênfase à análise de credibilidade e transparência nos relacionamentos.

HISTÓRIA SOCIAL DA MÍDIA

A disciplina aborda, do ponto de vista histórico, diferentes meios de comunicação analógicos e os impactos da indústria cultural e da cultura de massa nas sociedades contemporâneas. Trata ainda da sociedade da informação, bem como das mídias digitais e sua convergência.



LINGUAGEM AUDIOVISUAL

Demonstra as diferenças entre a expressão verbal da palavra escrita e os recursos mais amplos da narrativa por imagens. Aborda os fundamentos da linguagem cinematográfica, com tipos de planos e movimentos de câmera, decupagem cinematográfica, “storyboard”, noções básicas de montagem e análise das principais estéticas cinematográficas, televisivas e em vídeo.

LINGUAGEM VISUAL

Enfoca desde a teoria das cores e tipologias até os elementos técnicos para a materialização de ideias criativas. Mostra a união entre teoria e prática da comunicação visual, visando formas de desenvolvimento de projetos visuais.

METODOLOGIA CIENTÍFICA

Enfatiza a importância e relevância do conhecimento científico e de sua produção; introduz métodos e técnicas de pesquisa, abrangendo aspectos operacionais para elaboração de trabalhos científicos, cujas práticas são exigidas em nível universitário.

PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

A disciplina aborda a criação do conceito de opinião pública e sua adoção em relações públicas. Fornece subsídios para planejamento e execução de uma pesquisa de opinião, apresentando os grupos de pressão na interpretação dos dados, as técnicas e as aplicações desse tipo de pesquisa.

PESQUISA EM CULTURA ORGANIZACIONAL

Apresenta a criação do conceito de cultura organizacional, influenciadores internos e externos e adoção no contexto das relações públicas. Fornece ainda subsídios para planejamento e execução de uma pesquisa em cultura organizacional, apresentando técnicas e aplicações desse tipo de pesquisa.

PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I

A disciplina propõe a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento em relações públicas, com o desenvolvimento de peças do meio impresso sobre o tema do projeto ou correlato a ele, envolvendo diferentes públicos de interesse.

PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II

A disciplina propõe a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento em relações públicas, com o desenvolvimento de peças do meio audiovisual sobre o tema do projeto ou correlato a ele, envolvendo diferentes públicos de interesse.

PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS III

A disciplina propõe a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento em relações públicas, com o desenvolvimento de peças hipermediáticas, sobre o tema do projeto ou correlato a ele, envolvendo diferentes públicos de interesse.

PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS IV

A disciplina propõe a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento em relações públicas. Retoma as diferentes mídias utilizadas nos projetos anteriores e públicos de interesse distintos. Foca o projeto na comunicação mercadológica e introduz a linguagem publicitária utilizada nesse tipo de comunicação.



PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS V

A disciplina propõe a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento em relações públicas que retoma as diferentes mídias utilizadas nos projetos anteriores e públicos de interesse distintos. Foca na comunicação interna como articuladora de relacionamentos e introduz a teoria e a prática das mensagens jornalísticas como ferramenta de interação.

PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS VI

A disciplina propõe a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento em relações públicas que retoma as diferentes mídias utilizadas nos projetos anteriores e públicos de interesse distintos. Discute e aplica a formação de imagem institucional e o discurso organizacional na construção da percepção positiva dos públicos.

PRODUÇÃO EM MULTIMEIOS

Busca desenvolver projetos em multimeios relacionados à produção das peças que integram a estratégia baseada na pesquisa temática já desenvolvida na primeira parte do Trabalho de Conclusão de Curso. Apoia, portanto, a segunda parte do Trabalho de Conclusão de Curso na produção de todo o material gráfico impresso e digital.

PROJETOS INTEGRADOS: RELAÇÕES PÚBLICAS (I-VII)

Orienta o estudante a, por meio de uma atividade de pesquisa de campo essencialmente prática, reforçar e consolidar o aprendizado de conhecimentos fundamentais em relações públicas e comunicação organizacional aprendidos em diferentes disciplinas do semestre.

RELACIONAMENTO COM IMPRENSA

A disciplina aborda a evolução histórica, atual configuração e perspectivas futuras da comunicação no contexto organizacional, governamental e do terceiro setor. Discute o papel dessas novas "agências de comunicação" na sociedade e suas relações com os grupos de poder (político, econômico e imprensa).

RELAÇÕES INTERNACIONAIS CONTEMPORÂNEAS

Enfoca os conceitos e fenômenos básicos do campo das relações internacionais que fundamentam as especificidades dessa área. Dá ênfase ao espaço normativo, referente ao uso da força e da influência pelos Estados nacionais, guerra e paz. Estuda, também, os fenômenos da assimetria de poder, política internacional e interdependência, entre outros.

TÉCNICAS DE APRESENTAÇÕES PESSOAIS E EMPRESARIAIS

Introduz as técnicas de apresentação e comportamento que devem ser seguidas por um orador diante do público. Aborda a elaboração de discurso, memorização e sistematização da fala. Faz análise da imagem do profissional por meio do vocabulário, tom de voz, expressões, trajes e gestos. Apresenta materiais informativos como estratégia de sucesso em reuniões de negócios.

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

Apresenta conceitos básicos das teorias da comunicação e suas principais escolas, presença no campo das ciências sociais e compreensão de suas influências e reflexos na sociedade. A disciplina trabalha, ainda, a prática da redação, argumentação e linguagem como discurso a ser apresentado aos públicos estratégicos.

TEORIAS E TÉCNICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS I

A disciplina introduz as principais teorias e técnicas de relações públicas e a história das relações públicas no Brasil e no mundo. Discute o papel do profissional como estrategista que prevê e articula os recursos comunicacionais. Elabora o mapeamento dos públicos mediante as diferentes tipologias: tradicional, Matrat, Grunig e Hunt e França.



TEORIAS E TÉCNICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS II

Aprofunda os conhecimentos de teorias e técnicas de relações públicas I, com a discussão de processos comunicacionais e relacionamentos com públicos de interesse. Debate, ainda, os novos paradigmas e as teorias contemporâneas de relações públicas e sua influência na atualidade. Discute modelos de avaliação de diferentes autores.

TÓPICOS AVANÇADOS EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Atualiza as definições conceituais e operacionais da atividade de relações públicas e sua compreensão na sociedade atual. Retoma e aprofunda a pesquisa como ferramenta para conhecimento da comunicação nas organizações.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I: RELAÇÕES PÚBLICAS

Introduz os conceitos teóricos que subsidiam a execução do projeto experimental de conclusão de curso. Orienta a realização do trabalho em todas as fases, bem como discute e organiza a aplicação das atividades desenvolvidas nas outras disciplinas de apoio.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II: RELAÇÕES PÚBLICAS

A disciplina harmoniza os aspectos teóricos propiciados pelo conjunto das disciplinas do currículo, atuando como avaliadora, mediadora e catalisadora do desenvolvimento do curso. Orienta e conduz na consecução do projeto experimental de conclusão de curso.

Sistema de avaliação

A Universidade Anhembi Morumbi desenvolve a avaliação de aprendizagem em duas etapas: N1 e N2. A N1 consiste em uma série de atividades desenvolvidas ao longo do semestre que permitem avaliar o estudante continuamente. A N2 consiste em uma prova presencial individual.

A nota final do estudante (NF) é obtida a partir da média entre N1 e N2, considerando os pesos, respectivamente, de 40% e 60%. É considerado aprovado o estudante que atingir média de aprovação conforme estabelecido em Regimento Acadêmico.

O estudante tem direito a realizar prova de segunda chamada no caso de ter perdido a oportunidade de cumprir a prova na data estipulada, ou se desejar melhoria de nota. Se, eventualmente, for reprovado, o estudante deverá cumprir novamente a disciplina em regime de dependência.

Frequência

A avaliação do desempenho escolar, além do aproveitamento, abrange aspectos de frequência.

A Universidade adota como critério para aprovação a frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina. O estudante que ultrapassar esse limite está automaticamente reprovado na disciplina. Nas disciplinas e cursos a distância a frequência é apurada a partir da completude das atividades propostas no ambiente de aprendizagem e seguem o mesmo critério para aprovação.

Coordenação

Direção da Escola de Ciências Humanas e Sociais

Prof. Pós-Dr. Luiz Alberto Farias

Pós-doutor em Comunicação pela Universidade de Málaga (2016). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade de São Paulo (2006); mestre em Comunicação e Mercado (2000), especialista em Teoria da Comunicação (1995) e graduado em Relações Públicas (1990) pela Faculdade Cásper Líbero; graduado em Jornalismo pela Universidade Cruzeiro do Sul (2001). Professor visitante na Universidade de Málaga (2016) e professor orientador de doutorado da Universidade Nova de Lisboa (Portugal) e da Universidade de Málaga (Espanha). É diretor acadêmico da Escola de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Anhembi Morumbi, onde



também atua como professor colaborador no programa de pós-graduação stricto sensu em Comunicação. É professor doutor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo desde 2003, onde atua no programa de pós-graduação stricto sensu em Ciências da Comunicação como professor permanente desde 2011. Ganador do Prêmio Aberje – Educador do Ano James Heffernan (2014). Foi presidente da Abrapcorp e da ABRP e diretor da Intercom. É editor da Organicom Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Qualis B1). Autor e coautor de diversos livros no Brasil e no exterior.

Coordenação do curso superior de Relações Públicas

Prof. M.e Luiz Vicente de Lima Lazaro – coordenador

Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Produção Editorial, formado, em 2003, pela Universidade Anhembi Morumbi. Especialista em Estudos de Museus de Arte (2004) e mestre em Estética e História da Arte (2008) pela Universidade de São Paulo (2004). Atualmente, cursa MBA em Gestão Escolar pelas Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU). Desenvolve pesquisas nas áreas de Comunicação Visual e Identidade Visual.

Prof. M.e Alexandre José Possendoro – coordenador adjunto

Doutorando em Políticas e Estratégias de Comunicação; mestre em Ciências da Comunicação; graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, pela Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Áreas de atuação e pesquisa: jornalismo sobre gestão de empresas, consultoria e assessoria em comunicação organizacional integrada, gerenciamento de crises, Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) e grandes reportagens.

Anhembi Morumbi para você

Você, estudante, é parte integrante da comunidade acadêmica da Universidade Anhembi Morumbi e pode desfrutar de toda a infraestrutura que a Universidade oferece.

São seis campi com instalações modernas, laboratórios de última geração, bibliotecas com acervo abundante, além de academia de ginástica.

- **Campus Mooca** – Rua Dr. Almeida Lima, 1.134
- **Campus Morumbi** – Av. Roque Petroni Jr., 630
- **Campus Paulista** – Av. Paulista, 2.000
- **Campus Paulista 2** – Rua Treze de Maio, 1.266
- **Campus Vale do Anhangabaú** – Rua Líbero Badaró, 487
- **Campus Vila Olímpia** – Rua Casa do Ator, 275