

Pós-Graduação em Inteligência de Mercado

# MANUAL DO CANDIDATO

Ingresso março 2010

ESPM - Campus Rodolfo Lima Martensen

Rua Joaquim Távora, 1240 - Vila Mariana - São Paulo/SP

---

## Informações:

Central de Candidatos: (11) 5081-8225

segunda a sexta-feira - 9h00 às 20h00 e sábado - 9h00 às 13h00

[candidato@espm.br](mailto:candidato@espm.br)

PABX: (11) 5081-8200

[www.espm.br](http://www.espm.br) e [www.espm.br/candidato](http://www.espm.br/candidato)

---

## Cursos oferecidos neste campus:

MBA Executivo, Master em Marketing, Master em Comunicação, Pós-Graduação e  
Cursos de Extensão

---

## Pós-Graduação em Inteligência de Mercado

---

### Objetivos do Curso

Capacitar o aluno a raciocinar estrategicamente a partir de informações do mercado, incentivando-o a atitudes com foco em resultados e ética profissional;

Desenvolver a capacitação gerencial para transformar informações de mercado em inteligência competitiva;

Apresentar as diferentes metodologias de pesquisa e a respectiva adequação aos diversos problemas e necessidades mercadológicas das empresas;

Capacitar o aluno à aplicação prática de conteúdos teóricos.

### Público-Alvo

Profissionais de qualquer formação acadêmica que desejam ampliar a sua qualificação profissional especializando-se em análise de informações de mercado para a tomada de decisões estratégicas.

Este curso é indicado ao profissional que busca discutir e desenvolver-se nos temas mais relevantes da atualidade dos negócios, e que deseja associar vivências e práticas a sólidos conteúdos conceituais.

### Carga Horária e Duração

O curso Pós-Graduação em Inteligência de Mercado tem carga horária de 360 horas-aula com duração aproximada de 03 semestres letivos. Este programa é oferecido em uma modalidade:

**Noturno:** Aulas duas vezes por semana, as 3<sup>as</sup> e 5<sup>as</sup> feiras das 19h30 às 22h40.

### Estrutura do Curso

O curso de Pós-Graduação em Inteligência de Mercado se estrutura a partir de dois grupos de disciplinas:

- Módulo Business Administration: disciplinas de contexto mais focadas no estudo de marketing, negócios e pessoas;
- Módulo Técnico: disciplinas especializadas que oferecem o embasamento teórico da gestão da informação, desenvolvidas com métodos de ensino-aprendizagem dinâmicos e envolventes, e o Trabalho de Conclusão a ser elaborado pelo aluno, unindo teoria e prática numa simulação da realidade.

As aulas ficam a cargo de professores da ESPM e executivos do Ibope.

Módulo Business Administration	1º Semestre	Análise do Ambiente de Negócios (30 h-a)	Liderança e Gestão de Equipes (30 h-a)
		Marketing (60 h-a)	
Módulo Técnico	2º Semestre	Valor Estratégico da Informação (30h-a)	Planejamento de Pesquisa (45 h-a)
			Fundamentos Quantitativos (45 h-a)
	3º Semestre	Sistemas de Informação (30 h-a)	Tópicos Avançados de Inteligência de Mercado (30 h-a)
		Inteligência Competitiva (30 h-a)	Trabalho de Conclusão (30 h-a)

## Análise do Ambiente de Negócios

O objetivo desta disciplina é possibilitar ao aluno assimilação e ordenação do conhecimento sobre os processos de negócios, por meio do estudo e construção de cenários futuros, compreendendo a definição das empresas em relação aos diversos ambientes com os quais esta transaciona, dentro de um contexto globalizado. Serão apresentadas teorias, métodos, procedimentos e técnicas, visando uma melhor compreensão e aproveitamento das tendências e macrotendências do ambiente globalizado de negócios.

## Liderança e Gestão de Equipes

O objetivo da disciplina é permitir ao aluno compreender a importância das pessoas na implementação das estratégias das organizações e o poder da liderança eficaz na condução das equipes a um alto desempenho. O modelo de gestão de pessoas baseado em competências e a prática de feedback, completam o conjunto de temas abordados no curso.

## Marketing

Compreender o ambiente mercadológico e, a partir daí, adaptar estrategicamente a empresa a esse ambiente por meio do desenvolvimento de estratégias de marketing e da definição adequada do posicionamento competitivo.

## Valor Estratégico da Informação

O objetivo desta disciplina é contextualizar a informação no ambiente de negócios, oferecendo ao aluno a possibilidade de compreender sua relevância para os processos de decisão e apresentar os procedimentos, métodos e sistemas disponíveis para sua obtenção, de forma a permitir que desenvolva uma visão estratégica sobre o tema. Nesse contexto abrangente, também serão abordados os aspectos éticos relativos ao acesso e uso das informações.

## Planejamento de Pesquisa

Esta disciplina apresenta os fundamentos e técnicas de pesquisa mercadológica oferecendo ao aluno os conhecimentos necessários para que possa planejar a obtenção e avaliar a qualidade e a representatividade das informações. Todas as principais técnicas de pesquisa serão apresentadas com ênfase para a aplicação, contratação (quando cabível) e avaliação da acuracidade das informações, incluindo pesquisas quantitativas, qualitativas e desk research.

## Fundamentos Quantitativos

Esta disciplina reúne os principais fundamentos matemáticos e estatísticos necessários para ordenação, processamento e interpretação das informações, incluindo estatística básica, métodos de regressão e projeção e análise multivariada, permitindo ao aluno conhecer e utilizar o poder dos recursos a sua disposição.

## Sistemas de Informação

Esta disciplina oferece ao aluno uma visão ampla dos sistemas para gerenciamento das informações, desde sua captura e armazenamento em bases de dados estruturadas, até sua disponibilização ao usuário. Os principais modelos de armazenamento, administração e acesso à informação, como datawarehouse e datamarts, datamining, SQL, OLAP (On Line Analytical Processing), Datacubes, Redes Neurais e Softwares como Atlas-ti e SPSS.

## Tópicos Avançados de Inteligência de Mercado

Nesta disciplina o aluno conhecerá temas emergentes, como os aspectos da Internet que são relevantes para o contexto da Informação: arquitetura da rede, W3C - The World Wide Web Consortium, entre outros, com ênfase especial dada à compreensão das características geradoras de viés de informação e às alternativas para o controle da sua qualidade.

O aluno discutirá, também, o impacto da evolução tecnológica, da globalização e da nova economia, que juntos compõem o fenômeno que vem sendo chamado de Sociedade da Informação, sobre o processo de adaptação dessa sociedade aos novos paradigmas, entendendo a evolução de hábitos, atitudes e comportamentos.

## Inteligência Competitiva

O objetivo desta disciplina é oferecer ao aluno a oportunidade de desenvolver e exercitar as competências necessárias para avaliar informações sobre a atividade dos concorrentes, tendências gerais dos negócios e hábitos e atitudes do consumidor, entre outras, visando atingir os objetivos estratégicos da empresa. Além dos métodos, técnicas e sistemas, serão abordados os aspectos da cultura organizacional relevantes

para garantir um ambiente apropriado à construção, preservação e disseminação do conhecimento.

## Trabalho de Conclusão - Inteligência de Mercado

Ao chegar a essa disciplina, o aluno já adquiriu sua capacitação em Inteligência de Mercado do ponto de vista dos Fundamentos e da Crítica. Resta agora aplicar esse aprendizado numa experiência concreta, simulando a realidade do mundo dos negócios.

Nesta disciplina o aluno elaborará um projeto técnico baseado em dados reais, pelo qual realizará uma análise criteriosa de dados provenientes de pesquisas de mercado, podendo complementá-los com outros dados que irá levantar e, a partir dessa análise, formulará um plano com recomendações estratégicas de mercado para a empresa foco do seu projeto.

## Processo Seletivo

Inscrições abertas até as 18h00 do dia 21 de fevereiro de 2010.

## Pré-requisitos para Inscrição

Preenchimento da ficha e do curriculum vitae;

Pagamento da taxa de inscrição: R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais).

(Não haverá devolução da taxa de inscrição em caso de desistência ou não aprovação do candidato na análise curricular ou na entrevista).

## Pré-requisitos para Ingresso

Para pleitear uma vaga no curso de **Pós-Graduação em Inteligência de Mercado**, o candidato deve apresentar diploma de conclusão do curso superior, com carga-horária mínima de 1600 horas e reconhecido pelo MEC (Ministério da Educação e Cultura), currículo por meio do qual será avaliada a sua formação acadêmica e experiência profissional, além de submeter-se a uma entrevista presencial.

O candidato deverá ser aprovado na entrevista e na análise curricular.



A critério do Conselho de Direção da Pós-Graduação, em condições especiais, candidatos que não atendam plenamente a todos os requisitos acima, poderão ser considerados.

*A ENTREVISTA SERÁ AGENDADA PELA ESCOLA, NA QUAL O CANDIDATO DEVERÁ TRAZER: CURRICULUM VITAE.*

### Resultado do Processo Seletivo

A partir de novembro de 2009, no site [www.espm.br](http://www.espm.br) no link do Processo Seletivo da Pós-Graduação ou por e-mail da Secretaria.

### Documentos Obrigatórios para Efetivação da Matrícula

- Cópia simples do RG e CPF;
- Cópia do Diploma do Curso Superior *autenticada*, sendo que, na falta do mesmo, será aceito, temporariamente, o Atestado/Declaração de Conclusão do curso autenticado, ficando sob a responsabilidade do aluno a entrega posterior do referido diploma.
- Os candidatos estrangeiros ou formados no exterior devem apresentar documentos equivalentes. As cópias autenticadas do diploma (**consularizado pelo Brasil no país de origem, exceto França**) e do histórico escolar do Curso de Graduação devem ser acompanhadas de suas respectivas traduções juramentadas.

### Matrícula

A partir de novembro de 2009, mediante convocação por e-mail da Secretaria de Pós-Graduação.

### Início das Aulas

Na semana de 01 de março de 2010.

### Local

Campus Rodolfo Lima Martensen  
Rua Joaquim Távora, 1240 - Vila Mariana - SP

Período	À vista	Parcelado	Total parcelado
Noturno	R\$ 26.300,60	18 X R\$ 1.653,18	R\$ 29.757,31
		23 X R\$ 1.335,36	R\$ 30.713,26

Consulte a possibilidade de desconto para ex-alunos na Central de Atendimento ao Candidato pelo tel.: (11) 5081-8225 ou pelo e-mail: [candidato@espm.br](mailto:candidato@espm.br).

O pagamento da primeira parcela será no ato da matrícula em cheque, dinheiro ou cartão de débito (Redeshop, Maestro, Visa Electron), na Tesouraria da Escola.

As próximas parcelas serão pagas por meio de boleto bancário, com vencimento no 5º dia útil de cada mês.

Os valores das parcelas são reajustados anualmente, sempre no mês de fevereiro, independente da data de ingresso do aluno.

#### Caixa Econômica Federal

A ESPM em parceria com a Caixa Econômica Federal disponibiliza linhas de créditos aos alunos de MBA Executivo, Master em Marketing, Master em Comunicação e Pós-Graduação, tendo como objetivo ser mais uma alternativa de pagamento para os cursos.

Para mais informações, favor entrar em contato com a Caixa Econômica Federal.

Maria Cristina - Tel. (11) 3475-3400.