

# MANUAL DO CANDIDATO

Publicado em 12/11/2010

ESPM - Campus Rodolfo Lima Martensen

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

---

**Informações:**

Central de Candidatos: (11) 5081-8225

Segunda a sexta - 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 Executivo, Pós-Graduação e Cursos de Extensão

---

## Pós-Graduação em Inteligência de Mercado

---

O curso de Pós-Graduação em Inteligência de Mercado é um programa Lato Sensu que forma especialistas em análise de informações de mercado, capacitados por conhecimentos técnicos, metodologias e instrumentos apropriados a identificar, interpretar e a organizar informações com vistas à elaboração de recomendações estratégicas para as questões mercadológicas de suas empresas.

### ::: 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.

### ::: 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	Fundamentos da Gestão Financeira (30 h-a)	Fator Humano nas Organizações (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)

### Fundamentos da Gestão Financeira

A disciplina visa apoiar os processos de tomada de decisão gerenciais, no que tange aos resultados financeiros do negócio, por meio do entendimento da inter-relação entre desempenho financeiro e os planos de ação previstos ou em curso. Trabalha com os fundamentos da leitura e interpretação dos principais demonstrativos financeiros, aborda o uso do custo na tomada de decisão e os fundamentos de planejamento financeiro.

### Fator Humano nas Organizações

Aborda questões que envolvem o indivíduo, base das atividades no contexto organizacional, suas características e diferenças, situando-o frente às mudanças ocorridas no mercado de trabalho e as novas demandas na área de recursos humanos das organizações. Apresenta o modelo de gestão por competências e a ética permeando as relações de trabalho.

## Marketing

O principal objetivo desta disciplina é aplicar os conceitos de marketing nas questões de negócios atuais. São apresentados teorias e métodos para aproveitar as tendências e macrotendências do ambiente globalizado de negócios. Além disso, são analisados e discutidos os principais aspectos teóricos e práticos da administração estratégica de marketing, capacitando os alunos a compreender o processo de definição de estratégias de marketing e da gestão das variáveis controláveis de marketing.

## 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 proporciona ao aluno uma reflexão e uma visão prática sobre sistemas de informação e tecnologia da informação nas organizações no mundo de hoje, e como estes podem ser usados para dar vantagem competitiva às empresas.

Apresentam-se os principais conceitos e tecnologias relacionados aos sistemas de

informação, à governança de tecnologia da informação, à gestão de projetos de tecnologia, ao gerenciamento de dados e a ambientes de apoio à tomada de decisão, com abordagem prática e aplicada em estudos de casos, exercícios e trabalhos, para que o aluno possa aplicá-los nas suas atividades profissionais.

## Tópicos Avançados de Inteligência de Mercado

Nesta disciplina serão apresentados e discutidos os conceitos/teorias básicas que sirvam de apoio para o entendimento das atitudes, comportamentos e hábitos do consumidor e do cidadão na sociedade contemporânea.

Serão abordados também temas relacionados à sociedade da informação no Brasil, tendências tecnológicas, conectividade, web invisível, técnicas seguras para busca de informação, redes sociais, métricas e suas aplicabilidades na tomada de decisão.

Os conteúdos serão apresentados de forma a relacionar os conceitos/teorias com os fenômenos sociais, políticos e de mercado observados no cenário atual e que se conectam com os trabalhos de marketing e as questões metodológicas da pesquisa de mercado, comunicação e opinião pública.

## 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 às 12h00 do dia 01 de março de 2011.

### ⋮ 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), 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 2010, no site [www.espm.br](http://www.espm.br) no link do Processo Seletivo da Pós-Graduação ou por e-mail da Secretaria de Pós-Graduação.

## ⋮ Matrícula

A partir de novembro de 2010, mediante convocação por e-mail da Secretaria de Pós-Graduação.

## ⋮ 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.
- No caso de diplomas internacionais, faz-se necessário que seja realizada a tradução juramentada, consularização pelo Brasil no país de origem, e a revalidação de acordo com a Resolução nº 8, de 04/10/2007 do CNE - Conselho Nacional de Educação. ( <http://portal.mec.gov.br/> ).

## ⋮ Cancelamento ou Adiamento do Curso

O Curso poderá ser cancelado ou adiado por falta de quorum, com até 24 horas de antecedência da data prevista para seu início:

- Na hipótese de **cancelamento**, será devolvido, **AUTOMATICAMENTE**, 100% do valor pago por meio de depósito bancário, em até 10 (dez) dias úteis após indicação dos dados bancários pelo PARTICIPANTE.
- Na hipótese de **adiamento**, será devolvido **MEDIANTE REQUERIMENTO EXPRESSO** do participante pelo e-mail [secrpos@espm.br](mailto:secrpos@espm.br). 100% do valor pago, por meio de depósito na conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até 10 (dez) dias úteis.

**A ESPM NÃO SE RESPONSABILIZA POR QUAISQUER OUTROS VALORES QUE EVENTUALMENTE TENHAM SIDO DESPENDIDOS PELO PARTICIPANTE SEJA A QUE TÍTULO FOR, TAIS COMO PASSAGENS AÉREAS, RODOVIÁRIAS, COMBUSTÍVEL, HOSPEDAGEM, ETC, EM VIRTUDE DO CANCELAMENTO OU ADIAMENTO DO CURSO.**

**::: 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 das modalidades abaixo:

**Noturno:** Aulas duas vezes por semana, as 2<sup>as</sup> e 4<sup>as</sup> ou as 3<sup>as</sup> e 5<sup>as</sup> das 19h30 às 22h40.

**::: Início das Aulas**

3<sup>as</sup> e 5<sup>as</sup> com início em 15 de março de 2011.

**::: Local**

Campus Rodolfo Lima Martensen

Rua Joaquim Távora, 1240 - Vila Mariana - SP

**::: Investimento - Válido para os cursos iniciados no 1º semestre de 2011**

**Matrículas efetuadas até 20/12/2010 terão desconto de 50%**

<b>Matrícula c/desconto</b>	<b>À Vista</b>		<b>Parcelado</b>	
	<b>Curso</b>	<b>Matrícula+Curso</b>	<b>Curso</b>	<b>Matrícula+Curso</b>
<b>R\$ 650,00</b>	<b>R\$ 27.957,07</b>	<b>R\$ 28.607,07</b>	<b>17 x R\$ 1.796,47</b>	<b>R\$ 31.189,99</b>
			<b>22 x R\$ 1.422,00</b>	<b>R\$ 31.934,00</b>

**Matrículas a partir de 03/01/2011**

<b>Matrícula s/desconto</b>	<b>À Vista</b>		<b>Parcelado</b>	
	<b>Curso</b>	<b>Matrícula+Curso</b>	<b>Curso</b>	<b>Matrícula+Curso</b>
<b>R\$1.300,00</b>	<b>R\$ 27.957,07</b>	<b>R\$ 29.257,07</b>	<b>17 x R\$ 1.796,47</b>	<b>R\$ 31.839,99</b>
			<b>22 x R\$ 1.422,00</b>	<b>R\$ 32.584,00</b>

\*Os valores estão sujeitos a alterações, sem aviso prévio.



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

O pagamento da primeira parcela será por meio de boleto bancário e entregue no ato da matrícula.

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

#### **Parceria - Caixa Econômica Federal**

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

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

Contatos: Claudia Lemonte ou Flavia Romano Tel. (11) 3475-3400

E-mail: [claudia.lemonte@caixa.gov.br](mailto:claudia.lemonte@caixa.gov.br) ou [flavia.romano@caixa.gov.br](mailto:flavia.romano@caixa.gov.br)