

**Pós-Graduação em Inteligência de
Mercado**

**MANUAL
DO
CANDIDATO**

Publicado em 10/08/2011

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

PABX: (11) 5081-8200

www.espm.br e www.espm.br/candidato

Cursos oferecidos neste campus:

MBA Executivo, Master Executivo, Pós-Graduação Especialização 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.

::: Dinâmica do Curso

O curso **Pós Graduação Inteligência de Mercado** fornece a bibliografia básica (livros textos) utilizados no curso. Estes livros são de grande importância, pois com eles o aluno poderá acompanhar melhor as disciplinas e, assim, obter uma formação ainda mais consistente.

∴ 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.

1º Semestre	Fundamentos da Gestão Financeira (30 h-a)	Fator Humano nas Organizações (30 h-a)
	Marketing (60 h-a)	
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 relacionadas à história do trabalho e reflexões sobre o fator humano no atual mundo dos negócios, discutindo os diferentes tipos de cultura organizacional e vínculos estabelecidos entre as equipes e indivíduos, considerando o impacto destes elementos sobre a carreira profissional. Aplicação dos conceitos à carreira profissional, ampliando a capacidade de perceber e lidar com as várias dimensões do comportamento organizacional, valorizando o fator humano como condição essencial para maximização dos resultados no mundo dos negócios.

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

Aguarde divulgação de datas para a próxima entrada.

⋮ Pré-requisitos para Inscrição

Preenchimento da ficha e do curriculum vitae;

⋮ 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

Aguarde divulgação de datas para a próxima entrada.

⋮ Matrícula

Aguarde divulgação de datas para a próxima entrada.

⋮ 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. 100% do valor pago, por meio de depósito na conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até 10 (dez) dias úteis.



- Em qualquer destas situações o ingressante, se compromete em devolver imediatamente a bibliografia básica (livros textos) recebida a Secretaria de Pós-Graduação.

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^{as} e 4^{as} ou as 3^{as} e 5^{as} das 19h30 às 22h40.

⋮ Início das Aulas

Aguarde divulgação de datas para a próxima entrada.

⋮ Local

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

⋮ Investimento

Aguarde divulgação de valores para próxima entrada.