

# MANUAL DO CANDIDATO

Ingresso agosto 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 Acadêmico, Pós-Graduação e Cursos de Extensão

## Pós-Graduação em Design Estratégico

---

### Objetivos do Curso

Promover atualização de conceitos, metodologias e práticas, na busca por maiores possibilidades de ampliação da oferta profissional.

Desenvolver habilidades e trabalhar atitudes relacionadas ao novo perfil profissional.

Lançar parâmetros de integração do design no planejamento estratégico de empresas/projetos, independentemente de seu porte, bem como na condução da inovação.

Auxiliar na construção e intensificação de diferenciais para os projetos e seus profissionais.

Refletir sobre identidade e imagem das marcas na elaboração de projetos em design.

### Público-Alvo

Destinado aos designers graduados em áreas de produto ou visual (gráfico, digital), profissionais de marketing, propaganda, consultores que queiram ampliar seu escopo de atuação, direcionando-o ao design.

### Carga Horária e Duração

O curso de Pós-Graduação em Design Estratégico tem carga horária de 360 horas-aula com duração aproximadamente 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**

1º Semestre	Análise do Ambiente de Negócios (30 h-a)	Liderança e Gestão de Equipes (30 h-a)
	Marketing (60 h-a)	
2º Semestre	Antropologia do Design (30 h-a)	Fundamentos do Design (30 h-a)
	Design e Parâmetros Financeiros (15h-a)	Design e Parâmetros Legislativos (15 h-a)
	Design e Branding (30 h-a)	
3º Semestre	Metodologias em Design (30 h-a)	Seminários Repertoriais (15 h-a)
	Tópicos de Semiótica (15 h-a)	Trabalho de Conclusão (60 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.

**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.

## 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.

## Antropologia do Design

Convergências entre os dois campos. Sistemas culturais e as relações simbólicas desencadeadas por produtos, objetos de design, predominantemente na sociedade contemporânea. Antropologia, Design e Etnografia. Emprego dos conceitos antropológicos em análises da realidade projetual do designer. Consumo e cidadania.

## Fundamentos do Design

Pontuação de aspectos históricos na emergência do design na industrialização. Premissas de forma e função, a dimensão estético-formal relacionada a tecnologias, processos reprodutivos e consideração de usuários. Tangenciamento com a arte, arquitetura e comunicação e a busca de autonomia de projetos na contemporaneidade.

## Design e Branding

Compreensão das relações entre design, gestão de marcas e estratégias de negócios. Identidade e valor de marca. O design na percepção de consumo que envolve aspectos racionais, emocionais e sensoriais. Design - marcas e produtos - e a participação na nova ordem social.

## Design e Parâmetros Legislativos

Aspectos da legislação concernente à atividade do designer e aos projetos em design. Propriedade industrial e intelectual e os direitos autorais. Relação dos aspectos legais e a busca ética.

## Design e Parâmetros Financeiros

Finanças como linguagem de valor em negócios. Estudos centrados na importância da aproximação do design ao mundo das finanças. Visão e avaliação financeira de projetos. Elaboração de projeções e estimativas para estudo de viabilidade.

## Metodologias de Design

Fundamentos de pesquisa e investigação. Suporte para identificação de problemas, definição de objetivos, conceituação e reconhecimento de um discurso visual inerente ao design. Estabelecimento de etapas e a consideração de diferentes dimensões no projeto, suas prioridades e agentes específicos.

## Seminários Repertoriais

O foco da disciplina é oferecer seminários que abordam temas de relevância e interesse para o curso. Os temas são definidos pontualmente contemplando assuntos que possam complementar os conteúdos abordados ao longo do curso. A proposta prioritária dessa disciplina é manter um vínculo com as principais tendências, visando completar, contextualizar ou aprofundar o conhecimento na área de estudo.

## Tópicos de Semiótica

Apresentação de alguns pontos da Semiótica, como recurso e subsídio ao projeto. Compreensão das diferentes instâncias signicas para o estabelecimento da relação teórico - prática. Enunciados formais de um objeto ou mensagem e suas implicações semânticas e pragmáticas.

## Trabalho de Conclusão - Design Estratégico

A disciplina contempla os conceitos, as metodologias e os instrumentos para a elaboração de um plano de negócio de uma empresa. Fornece orientação e supervisão necessárias à elaboração desse plano, de modo a permitir a aplicação prática dos referenciais teóricos, conceitos e metodologias abordadas ao longo do curso.

## Processo Seletivo

Inscrições abertas até às 12h00 do dia 26 de julho 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 Design Estratégico, 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 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 abril de 2010, por e-mail da Secretaria de Pós-Graduação.

## Matrícula

28,29 e 30 de julho (4ª a 6ª feira) - 13h às 20h e

31 de julho (sábado) - 09h às 12h

## ⋮ Documentos Obrigatórios para Efetivação da Matrícula

- Cópia simples do RG e CPF;
- Cópia do Diploma do Curso Superior *autenticada*, e 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 (exceto França), 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 do Curso

O curso poderá ser cancelado por falta de quorum mínimo. Neste caso, será devolvido ao candidato, integralmente, quaisquer valores pagos referentes ao curso.

## ⋮ Início das Aulas

Na semana de 02 de agosto de 2010.

## ⋮ Local

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



Investimento - Válido para o 2º Semestre de 2010

Período	À Vista	parcelado	Total parcelado
Noturno	R\$ 26.300,60	18 x R\$ 1.653,18	R\$ 29.757,24
		23 x R\$ 1.335,36	R\$ 30.713,28

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 Acadêmico 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: Fátima Gomez ou Flavia Romano Tel. (11) 3475-3400/3475-8755/3475-3411

E-mail: [Fátima.gomez@caixa.gov.br](mailto:Fátima.gomez@caixa.gov.br) ou [Flavia.romano@caixa.gov.br](mailto:Flavia.romano@caixa.gov.br)