

MBA em Gestão da Comunicação em  
Mídias Digitais  
EAD

# MANUAL DO CURSO

---

## Informações

Central de Relacionamento: (11) 4007 2375

De segunda a sexta -feira: das 9h às 20h30

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

Skype: espmrelacionamentoead

[www.espm.br/ead](http://www.espm.br/ead)

---

## MBA em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais - EAD

---

O programa apresenta uma visão contemporânea, tanto teórica como prática, que prepara o profissional no desenvolvimento de pilares fundamentais como: o entendimento do ambiente de negócios, a elaboração de ações estratégicas com foco no ambiente digital e o desenvolvimento profissional do gestor. Ao longo de todo o programa, partimos da visão estratégica, para então apresentarmos as táticas correspondentes, as ferramentas de gestão e as métricas para otimização dos resultados em diferentes mercados.

### 📌 Objetivos

Com o objetivo de aprimorar a leitura do ambiente de negócios, o programa é baseado em uma metodologia que cobra dos participantes a elaboração e aplicação de metodologias e ações estratégicas no meio digital. Em um ambiente colaborativo, os participantes planejarão ações e um projeto de conclusão de curso, que deverá ser desenvolvido ao longo do programa.

### 📌 Público-alvo

- Analista seniores, coordenadores e líderes, com potencial para assumir cargos gerenciais.
- Consultores e autônomos atuantes na área e que desejam se aprimorar para atender empresas de médio e grande porte.
- Empresas, agências de publicidade e comunicação que necessitam capacitar sua liderança.
- Coordenadores e Gerentes de diversos segmentos de negócio.

**Pré-requisito:** Atuar como analista ou coordenador da área digital em empresas de qualquer porte ou como consultor em negócios digitais ou profissionais de setores tradicionais.

## ⋮ Dinâmica do curso

As disciplinas do curso são apoiadas por aulas por web conferência conduzidas por professores com larga experiência profissional e acadêmica no respectivo tema, textos, indicações bibliográficas atuais e aulas gravadas. Dinâmicas, cases e análises críticas são parte integrante das atividades ao longo do curso, favorecendo um aprendizado participativo.

## ⋮ Coordenador do curso

### Résumé:

Pós-Graduado em Educação no Ensino Superior e Bacharelado em Física pela USP, trabalhou durante 10 anos na área acadêmica com pesquisa e coordenação de desenvolvimento de sistemas de informações acadêmicos

Atuou nos departamentos de Business Intelligence da AgênciaClick, 10'SA, Ogilvy Brasil e Grupo TV1 onde Gerenciou a equipe de análise de resultados em meios digitais e de CRM de: Fiat Brasil e resto da América Latina, Gerdau, Bradesco, Microsoft e Grupo Pão de Açúcar.

Atualmente é consultor em Marketing Digital. Tem mais de 10 anos de experiência no segmento acadêmico coordenando e lecionando em cursos de pós-graduação. É autor de artigos em revistas, jornais e palestrante em tópicos ligados a Marketing Digital e Gestão de clientes.



## ⋮ Núcleos de estudo do curso

### Núcleo de gestão

- Direito Digital (15h), 4 semanas
- Gestão de Carreira e Desenvolvimento Profissional (15h), 4 semanas
- Empreendedorismo, (15h), 4 semanas
- Gestão Estratégica de Pessoas (15h), 4 semanas

### Núcleo estratégico

- Disciplina Integradora (5h), 1 semana
- Marketing Estratégico (30h), 8 semanas
- Antropologia digital (15h), 4 semanas
- Finanças Aplicadas ao Marketing (30h), 8 semanas
- Comunicação Integrada de Marketing (15h), 4 semanas
- Tópicos Emergentes (30h), 8h semanas

### **Núcleo operacional**

- Fundamentos de Finanças (30h), 8 semanas
- Fundamentos de Marketing (30h), 8 semanas
- Plataformas Digitais e Tecnologia (15h), 4 semanas
- User Experience (15h), 4 semanas
- Produção de Conteúdo Digital (15h), 4 semanas
- Mídias Sociais (30h), 8 semanas
- Mídia Display (30h), 8 semanas
- Marketing para Buscadores (30h), 8 semanas
- Digital Analytics (15h), 4 semanas
- Marketing de Relacionamento - CRM (15h), 4 semanas

## **⋮ Disciplinas, carga horária e sequência**

### **Disciplina Integradora (5h), 1 semana**

Apresentar a estrutura e o funcionamento geral do curso, o funcionamento do ambiente de aula e do trabalho final. Apresentar o contexto e os números do mercado digital tanto no Brasil como no exterior.

### **Fundamentos de Marketing (Pré-requisito, 8 semanas, 30h)**

Compreender conceitos fundamentais na área de marketing, os quais são imprescindíveis no desdobramento em outras disciplinas do curso.

### **Marketing Estratégico (30h), 8 semanas**

Conhecer o ambiente de negócios, o processo de análise da concorrência e as estratégias empresariais. Proporcionar uma visão abrangente dos componentes da estratégia do marketing e a sua importância nas organizações. O processo de desenvolvimento, seleção, implementação e gestão de resultados do plano de marketing.

### **Antropologia digital (15h), 4 semanas**

Compreender os principais fatores que afetam os padrões de comportamento humano e os impactos no desenvolvimento da estratégia de comunicação. A netnografia como

método para a pesquisa antropológica e de investigação da cibercultura e do consumo no espaço digital.

### **Fundamentos da gestão financeira, (Pré-requisito, 8 semanas, 30h)**

Compreender conceitos fundamentais da gestão financeira, os quais são imprescindíveis no desdobramento em outras disciplinas do curso.

### **Finanças Aplicadas ao Marketing (30h), 8 semanas**

Conhecer conceitos de Fluxo de Caixa, DRE (Demonstrativo de Resultado do Exercício), a visão financeira da operação de marketing e vendas. As aplicações dos conceitos de Payback, Break Even, CAC (*Customer Acquisition Cost*) e LTV (*Life Time Value*), ROI (*Return on Investment*). Conceitos e gestão de performance.

### **Plataformas Digitais e Tecnologia (15h), 4 semanas**

Conhecer as principais plataformas para a gestão de conteúdo, com aplicação em blogs, e-commerce, conteúdo institucional, multimídia e de relacionamento com o cliente. Inteligência na gestão de conteúdo personalizado, plataformas para o desenvolvimento de apps e conteúdo otimizado para diferentes dispositivos. Os principais critérios técnicos e de negócio para a escolha de uma plataforma e os diferentes modelos de desenvolvimento.

### **User Experience (15h), 4 semanas**

Apresentar o processo de desenvolvimento de interfaces digitais otimizadas, facilitadoras da interação humano-computador. O design centrado no usuários e os métodos para implementar diagnósticos, conduzir testes e propor soluções. O processo de hierarquização da informação nas interfaces. Conceitos de arquitetura da informação e usabilidade.

### **Produção de Conteúdo Digital (15h), 4 semanas**

Compreender o uso estratégico de imagens, vídeos e textos de forma integrada, com foco no varejo, comunicação institucional, blogs e demais meios. Conhecer a operação de RP digital, o relacionamento com editorias, jornalistas e a blogosfera.

Mostrar conceitos de distribuição de conteúdo, por meios de publicitários, *guest posts* e demais metodologias. Ações específicas em múltiplos dispositivos digitais.

### **Mídias Sociais (30h), 8 semanas**

Conhecer as etapas de planejamento, ativação e análises de resultados. Conhecer as táticas de persona de marca e atuação com influenciadores. Conhecer a operação de gestão de crises, comunidades e blogs corporativos. Capacitar no desenvolvimento da estratégia e da aplicação de ferramentas para o monitoramento da concorrência, sentimento, engajamento e alcance.

### **Mídia Display (30h), 8 semanas**

Compreender o modelo tradicional de compra de mídia display e o de compra de mídia programática. Promover conhecimento estratégico e de ferramentas de remarketing, *Ad Servers, Ad Networks, Ad Exchanges, DSP, Data Providers, DMPs* e rede de afiliados. Conhecer o processo de segmentação do público-alvo, estratégia de *creative optimization* e mensuração de campanhas.

### **Marketing para Buscadores (30h), 8 semanas**

Proporcionar uma visão estratégica do marketing para buscadores. Compreender as táticas e técnicas para otimização dos resultados na busca orgânica, por meio de técnicas de *link building*, redação de conteúdo e fatores técnicos. Conhecer o *Google Adwords*, estratégias para estruturação, segmentação e implementação de campanhas. Capacitar na aplicação das estratégias de otimização de resultados.

### **Marketing de Relacionamento - CRM (15h), 4 semanas**

Apresentar conceitos de CRM, com abordagem contemporânea para a gestão de relacionamento em ambiente digital integrado com canais tradicionais. Compreender as estratégias de captação, retenção e recuperação de clientes, englobando o desenvolvimento e aplicação de réguas de relacionamento. Conhecer as principais plataformas e ferramentas para a gestão de relacionamento.

### **Comunicação Integrada de Marketing (15h), 4 semanas**

Apresentar estratégias de CIM utilizando os diversos canais de comunicação, para que as mensagens sejam transmitidas de forma concisa. As metodologias para transmitir as mensagens corretas, para as pessoas certas, no momento certo por meio dos canais certos. A integração dos dados corporativos, o mix de ferramentas e a gestão de equipes multidisciplinares para a atuação em projetos.

### **Digital Analytics (15h), 4 semanas**

Mostrar uma visão geral de *Digital Analytics* e contexto de aplicação. Conhecer as principais técnicas e ferramentas para a otimização de resultados de projetos digitais e campanhas. Promover a compreensão do processo de definição de KPIs para projetos digitais. Compreender o processo de análise e melhoria de resultados e os passos para o desenvolvimento de um plano de ação.

### **Direito Digital (15h), 4 semanas**

Conhecer o conceito, a abrangência e as características do direito digital. Os direitos do consumidor no e-commerce, a proteção legal de marca e dos direitos autorais sobre obras literárias, artísticas ou científicas. Responsabilidade civil e penal e os tipos de crimes virtuais. A gestão de contratos de projetos para a Internet sob a luz do direito digital.

### **Gestão de Carreira e Desenvolvimento Profissional (15h), 4 semanas**

Compreender as habilidades necessárias para o mercado de trabalho, metodologias e ferramentas para o seu desenvolvimento. Conhecer conceitos de ética pessoal e no trabalho, responsabilidade socioambiental e de desenvolvimento profissional. Os papéis da organização e do indivíduo no planejamento de carreira.

### **Empreendedorismo (15h), 4 semanas**

Saber identificar oportunidades, e transformá-las em um negócio lucrativo a partir da criação de empresas ou novos produtos e serviços. Ferramentas e metodologias úteis ao empreendedor e o cenário de empreendedorismo no Brasil. Políticas e sistema de apoio ao empreendedorismo.

### **Gestão Estratégica de Pessoas, (15h), 4 semanas**

Conhecer o processo de alinhamento da gestão de pessoas à estratégia de negócios. Desenvolver a capacidade de negociação, liderança e motivação para a gestão de demandas conflitantes da equipe e pessoas. Desenvolver processos e reconhecer as competências para o desenvolvimento de equipes eficazes. A implementação de indicadores de performance, avaliação de resultados e comunicação de feedbacks.

### **Tópicos Emergentes (30h), 8h semanas**

Mostrar as novas tendências em tecnologia, comunicação e comportamento. Os novos modelos de negócio e as oportunidades de mercado.

### **Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), (45h), 8 semanas**

Elaborar um projeto aplicado de planejamento de comunicação, com a aplicação prática de referenciais teóricos, conceitos e metodologias abordados ao longo do curso. O projeto terá o monitoramento de um orientador, que atuará como facilitador para seu desenvolvimento e, quando finalizado, será submetido a uma banca de avaliação.

Ao total de horas, devem ser acrescentadas mais 40h, que é a estimativa de horas das atividades extraclasse para a elaboração do Trabalho de Conclusão do Curso.

## **⋮ Estrutura do curso**

O curso possui **480 horas** realizadas em cerca de **3 semestres**. Simultaneamente serão realizadas duas disciplinas, sendo uma às segundas e outra às quartas.

Todas as disciplinas possuem aulas em tempo real com o professor-tutor. Essas aulas serão conduzidas ao vivo, no horário das 19h30, às segundas e quartas-feiras, permanecendo gravadas no ambiente virtual de aprendizagem para que o estudante possa assisti-las mais de uma vez ou, no caso de estar impossibilitado de assistir ao vivo, assista a gravação.

Ao término do período da disciplina o aluno poderá se inscrever para realizar a prova final da disciplina, presencial. O tempo para a realização de cada prova será de uma hora e trinta minutos.



As provas presenciais sempre serão realizadas em uma unidade da ESPM, conforme agenda disponível no ambiente do curso para que o aluno possa se inscrever.

Cada disciplina requer cerca de 5 horas semanais para estudo do conteúdo e preparação das atividades.

## ⋮ Requisitos durante a realização do curso

### Tecnologia

O ambiente virtual de aprendizagem (AVA) estará disponível em tempo integral e poderá ser utilizado no horário de melhor conveniência do participante. Em cada disciplina haverá, no mínimo, duas a três aulas em web conferência, em dia e horário previamente agendados e divulgados aos estudantes matriculados. Nessas aulas os estudantes poderão interagir diretamente com o professor por meio de microfone ou chat, dependendo da disponibilidade do estudante.

Requisitos mínimos para o acesso à educação a distância, cuja responsabilidade é do estudante:

- O curso será realizado pela internet, em um ambiente virtual de aprendizagem (AVA), e somente poderá ser acessado por meio de um computador, inclusive notebook e tablet IOS;
- Os cursos ofertados na modalidade de Educação a Distância ESPM requerem a disponibilidade de som e placa de vídeo. Para as aulas agendadas por web conferência, também será necessário microfone;
- O interessado em adquirir o curso deverá possuir equipamento com as seguintes configurações:
  - Processador 2.0 GHz ou superior;
  - Memória RAM 1Gb para Windows Vista ou superior;
  - Placa de vídeo 128 Mb off-board ou on-board;
  - Monitor 800 x 600 pixels;
  - Requisitos gerais:
    - velocidade de banda: 2Mbps ou superior;
    - acesso aos endereços: <http://www.youtube.com/> e <http://vimeo.com/> desbloqueados em Firewalls e redes corporativas, permitir cookies.

## Eventos Presenciais

- Polos para realização das provas:

### Campus Álvaro Alvim

Rua Álvaro Alvim, 123 — Vila Mariana — São Paulo - SP

### Campus Joaquim Távora

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

### Campus Vila Olímpia

Rua Gomes de Carvalho, 1195 — Vila Olímpia — São Paulo - SP

### Campus ESPM Rio

Rua do Rosário, 90 — Centro - Rio de Janeiro — RJ

### Campus ESPM Sul

Rua Guilherme Schell, 350 — Santo Antônio - Porto Alegre — RS

- Observação: considerando a proximidade dos campi Álvaro Alvim, Joaquim Távora e Vila Olímpia, os eventos realizados em São Paulo ocorrerão em somente um desses campi.

- Rede Temática ESPM

Ao final de cada semestre, durante um sábado, ocorrerá em um dos *campi* de São Paulo um encontro envolvendo todos os estudantes dos cursos de pós-graduação da modalidade semipresencial. Os objetivos desses eventos são:

- interagir com professores e ou executivos da área de negócios que possuem conteúdos de interesse dos profissionais da área de marketing e estratégia;
- aproximar os estudantes dos cursos com os professores das disciplinas;
- estimular a realização de relacionamento profissional entre estudantes, professores e convidados;
- possibilitar a realização de provas substitutivas e ou de primeira chamada.

O calendário da rede temática integrará o calendário acadêmico do curso e estará disponível no ambiente virtual de aprendizagem.

## Sistema de Avaliação adotado no curso

- **Processo de avaliação**
  - O processo de avaliação dos estudantes está dividido em duas partes: **produto acadêmico e processo individual**.
  - Cada disciplina adota critérios próprios de avaliação no que tange à ponderação dos fatores produto acadêmico e processo individual, estabelecidos de acordo com sua natureza e objetivos.
  
- **A avaliação presencial de cada disciplina será realizada:**
  - Ao final do encerramento das disciplinas, o aluno poderá optar pela realização das provas presenciais.
  - As provas presenciais serão realizadas aos sábados, em data previamente informada, em um dos campi da ESPM. Casos excepcionais serão tratados isoladamente. A agenda estará disponível no ambiente virtual de aprendizagem para que o estudante possa escolher as datas de maior conveniência.
  
- **Critério de aprovação nas disciplinas**
  - A aprovação em cada disciplina é obtida com nota final mínima de 7,0 (sete).
  - Não ultrapasse o limite de 25% (vinte e cinco por cento) de faltas estabelecido por disciplina. Por se tratar de um curso a distância, considera-se falta a não publicação das atividades da disciplina, conforme informações detalhadas no ambiente virtual de aprendizagem. A reprovação por faltas é automática e implicará na rematrícula na respectiva disciplina.
  - O estudante que for reprovado em alguma disciplina poderá cursá-la novamente mais duas vezes. Independentemente do motivo; no caso de uma

terceira reprovação, o estudante estará automaticamente desligado do programa.

- **Critério de aprovação no curso**

- Para obter o certificado, o estudante deve ter cursado e ter sido aprovado em todas as disciplinas do curso.
- O curso deverá ser concluído em, no máximo, 6 (seis) semestres consecutivos, contados a partir da sua primeira matrícula. Caso ultrapasse esse período, o estudante deverá submeter-se novamente ao processo seletivo e se adaptar ao programa vigente na época do exame.

### 📌 Inscrição no processo seletivo

Preenchimento da ficha de inscrição no site e pagamento de taxa no valor de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais).

**Não haverá devolução da taxa de inscrição em caso de desistência ou não aprovação do candidato no processo seletivo.**

### 📌 Processo seletivo

Inscrições abertas até o dia **06/04/2017** ou até o fim das vagas disponíveis.

- Após o pagamento da taxa de inscrição, o candidato receberá um link para efetuar o processo seletivo on-line, que é composto das seguintes etapas:
  - 1ª etapa → preenchimento dos dados cadastrais;
  - 2ª etapa → preenchimento do questionário de áreas e interesses;
  - 3ª etapa → elaboração da redação\*;
  - 4ª etapa → inserção do currículo profissional atualizado\*.

\*Inserir os documentos nos formatos Word, PDF ou zipado.

Todas as etapas do processo seletivo on-line deverão ser adequadamente cumpridas.

O prazo para a realização do processo seletivo on-line é de 2 (dois) dias corridos.

A critério da comissão julgadora, eventualmente, o candidato também poderá ser convidado para uma entrevista por web conferência.

Critérios para a avaliação da redação:

- Domínio da norma padrão da língua portuguesa;
- Compreensão da proposta de redação;
- Seleção e organização das informações;
- Demonstrar o conhecimento necessário da língua para a argumentação do texto.

### Resultado do processo seletivo

- Será enviado um e-mail pela Secretaria de Pós-Graduação em até 20 dias corridos após a realização do processo seletivo on-line.
- O resultado da avaliação da redação é a nota do candidato no processo seletivo.
- Os candidatos com nota igual ou maior a 5 (cinco) serão convidados a realizar o processo de matrícula de imediato. Caso o candidato opte por não cumprir o prazo de 6 (seis) dias para a efetivação da matrícula, não haverá garantia de vaga em nova tentativa, uma vez que as vagas serão distribuídas por ordem de efetivação da matrícula.

### Requisitos para a matrícula

- Aprovação no processo seletivo on-line. A matrícula deverá ser efetivada após o recebimento de e-mail com o resultado do processo seletivo e orientação, respeitando o prazo limite de 6 (seis) dias corridos.
- Caso o estudante não efetive sua matrícula no prazo de 6 (seis) dias, conforme item anterior, um novo candidato será chamado para realizar a matrícula.
- Para efetuar a matrícula, o estudante deve enviar por arquivo de imagem (JPEG), conforme orientações enviadas no e-mail de resultado a documentação abaixo:

- Diploma de curso superior (carga horária mínima de 1600 horas).

Na ausência do diploma o aluno poderá entregar certificado, atestado ou declaração de conclusão de curso com a descrição da data de colação de grau, que será aceito temporariamente, ficando sob a responsabilidade do aluno a entrega posterior do referido diploma (originais).

No caso de diplomas internacionais, é necessária sua tradução juramentada, consularização pelo Brasil no país de origem e revalidação, de acordo com a Resolução nº 8, de 4/10/07, do CNE (Conselho Nacional de Educação), disponível em <http://portal.mec.gov.br>

- Termo de compromisso do regulamento acadêmico;
  - RG, CPF (ou CNH);
  - Histórico Original de Curso Superior
  - Comprovante de endereço recente (água, luz, telefone ou fatura de cartão de crédito);
  - 1 Foto 3x4 em formato JPEG, para utilização no cartão de acesso.
- **Validação da autenticidade**
    - Quando o estudante comparecer presencialmente em uma das unidades da ESPM, deverá se dirigir à secretaria munido de **todos os documentos originais**.
    - Enquanto o estudante não comparecer à Secretaria para a validação, os documentos apresentados não terão sua autenticidade reconhecida e isso é fator de restrição para emissão do certificado de conclusão, mesmo que o estudante tenha sido aprovado em todas as disciplinas.
    - Os documentos devem ser apresentados em uma de nossas unidades:
      - **Campus ESPM Rio**  
Rua do Rosário, 90 - Centro  
Rio de Janeiro, RJ
      - **Campus ESPM Sul**  
Rua Guilherme Schell, 350 - Santo Antônio  
Porto Alegre, RS

- **Campus Joaquim Távora**  
Rua Joaquim Távora, 1240 - Vila Mariana  
São Paulo, SP

### ⌚ Cancelamento ou adiamento do curso

O curso poderá ser cancelado ou adiado por falta de quórum, com até 24 horas de antecedência da data prevista para seu início.

- Na hipótese de **cancelamento**, serão devolvidos, **AUTOMATICAMENTE**, 100% do valor pago, por meio de depósito em conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até 10 (dez) dias úteis, após indicação dos dados bancários.
- Na hipótese de **adiamento**, serão devolvidos, **MEDIANTE REQUERIMENTO EXPRESSO** do PARTICIPANTE endereçado ao e-mail [processospossp@espm.br](mailto:processospossp@espm.br), 100% do valor pago, também por meio de depósito em conta bancária indicada por ele, em até 10 (dez) dias úteis, após indicação dos dados bancários.

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 ou rodoviárias, combustível, hospedagem etc., em virtude do cancelamento ou adiamento do curso.

### ⌚ Carga horária e duração

O MBA em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais – EAD possui carga horária de 480 horas, com duração aproximada de 3 semestres.

### ⌚ Início das aulas

As aulas por web conferência serão ministradas às **segundas e quartas-feiras**, a partir de **17/4/2017**, e estarão disponíveis para consulta no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA).

No dia **13/4/2017** será realizada a **aula inaugural** do curso, por web conferência, no horário das 19h30 às 21h00.

## Investimento

### Matrículas com desconto de 50% até 20/3/2017

Obs.: para ter direito a esse benefício, o candidato deverá realizar sua inscrição e ter participado do processo seletivo on-line até o dia 20/3/2017.

Matrícula com desconto	Parcelado	
	Curso	Matrícula + curso
R\$ 307,00	12 parcelas fixas de R\$ 1.250,08	R\$ 15.307,98
	18 parcelas fixas de R\$ 855,77	R\$ 15.710,89
	24 parcelas fixas de R\$ 658,91	R\$ 16.120,75

### Matrículas sem desconto

Obs.: todos os candidatos que efetuarem inscrição e preenchimento de processo seletivo a partir do dia 21/3/2017.

Matrícula sem desconto	Parcelado	
	Curso	Matrícula + curso
R\$ 614,00	12 parcelas fixas de R\$ 1.250,08	R\$ 15.614,98
	18 parcelas fixas de R\$ 855,77	R\$ 16.017,89
	24 parcelas fixas de R\$ 658,91	R\$ 16.427,75

Verifique as condições especiais para o pagamento à vista e as possibilidade de desconto para ex-estudantes que concluíram os respectivos cursos matriculados



na Central de Relacionamento pelo telefone (11) 4007-2375 ou e-mail: [relacionamentoead@espm.br](mailto:relacionamentoead@espm.br)

O pagamento da primeira parcela (matrícula) deverá ser feito por meio de boleto bancário, que estará disponível no ato da matrícula.

As próximas parcelas também serão pagas por meio de boleto bancário, com vencimento dos parcelamentos/mensalidades para o dia 8 de cada mês (a partir de Maio/2017).

### **ESPM Carreiras**

Trata-se de um serviço opcional que tem o propósito de fornecer ao aluno orientações e serviços fundamentais para que ele possa autogerir suas escolhas profissionais e pessoais baseado em autoconhecimento e autodesenvolvimento.

Palestras online de atualização e atendimento individual de orientação profissional, são alguns dos serviços dedicados, exclusivamente, aos alunos da ESPM pós-graduação em EAD.