

MBA Gestão Estratégica em UX Design

EAD

MANUAL DO CURSO

Informações

Central de Relacionamento: (11) 4007-2375

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

relacionamentoead@espm.br

Skype: relacionamentoead

www.espm.br/ead

Apresentação do Curso

Sessão por web conferência com a coordenação do curso: veja as opções de data e horário no site e faça sua inscrição conforme os procedimentos indicados no site.

O programa apresenta uma abordagem contemporânea e estratégica, tanto teórica como prática, que prepara profissionais, executivos e consultores no desenvolvimento de habilidades e conhecimentos fundamentais de gestão e liderança em projetos digitais, com foco em UX Design. Compreende o entendimento e mapeamento detalhados do ecossistema do usuário e do negócio e a visão/tratamento LEAN da experiência do usuário/consumidor a partir de plataformas e ambientes digitais. 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 momentos do ciclo de vida do produto e em seus respectivos mercados.

📌 Objetivo

Aprimorar a visão estratégica das práticas em UX Design, bem como a abordagem LEAN na gestão de produtos digitais. O programa se baseia em uma metodologia que cobra dos participantes a elaboração e aplicação de ações estratégicas no meio digital. Em um ambiente colaborativo, os participantes planejarão ações e um projeto de conclusão de curso, que deverá ser desenvolvido a partir do conteúdo aprendido ao longo do curso.

📌 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 startups, empresas de médio e grande porte.
- Empresas de design e comunicação, agências convencionais de publicidade e comunicação, bem como agências digitais que necessitam de uma capacitação diferencial para sua liderança.
- Coordenadores e Gerentes de diversos segmentos de negócio.

Pré-requisito: Atuar como líder, consultor, especialista ou coordenador da área de Design, UX, CX ou gestor de produtos digitais em empresas e organizações de qualquer porte, incluindo startups, ou como consultor independente em negócios digitais. O curso também oferece uma nova perspectiva para profissionais de setores tradicionais. Necessário inglês instrumental.

👤 **Coordenadora: Prof^a Thais Campas**

Thais Campas

Arquiteta de Informação Sênior, Consultora em Consumer Experience (CX) Experiência do Usuário (UX) e Usabilidade. Participou de grandes projetos estratégicos (portais corporativos, e-Business, mídia online e aplicativos) para grandes corporações como GM, OAB-SP, Gol, TAM, Itaú, Vivo, Catho, Bradesco e Banco Original. Nos EUA, desenvolveu patentes de computação ubíqua (casa inteligente).



Graduada em Publicidade e Marketing, é especialista em Jornalismo Científico e Tecnológico, além de mestranda da Unicamp, no Labjor. Membro da UXPA (User Experience Professionals' Association - 2004) e ITS/Softex - 2002, além de Professional & Self Coach formada pelo IBC.

Atua como docente, palestrante, mentora e UX Coach. Lecionou Marketing Digital e Comportamento do Consumidor em cursos de graduação e pós. Foi co-coordenadora e professora convidada em curso de Pós-graduação em Arquitetura da Informação, Usabilidade e Experiência do Usuário. Na ESPM, é professora convidada nos MBAs de Marketing Digital e Gestão da Comunicação Digital.

Núcleos	Disciplinas	Horas
Núcleo de Gestão	Gestão Ágil de Produto - design thinking	30
	Liderança e Times de Trabalho	30
	Empreendedorismo	15
	Gestão Financeira - Mensuração do ROI em UX	30
Subtotal		105
Núcleo Estratégico	Disciplina Integradora	
	Antropologia e Etnografia digital	30
	Marketing Ágil	15
	Fundamentos de UX	15
	Estratégia de Arquitetura da Informação	30
	Comunicação Integrada de Marketing com foco em UX	15
	Tópicos Emergentes	15
Subtotal		120
Núcleo Operacional	Design de Informação	30
	Usabilidade & Gestão da Qualidade	30
	SEO, Mídia Digitais/Sociais & UX	30
	UX para CRM	15
	Branding e Métricas em UX	15
	Comunicação Omnichannel	30
	Gamification e Engajamento	15
	Fluxos de interação e touchpoints	15
	Segmentação de Mercado, Comunidades e Buyer Personas	15
		195
Aplicação	Projeto de Conclusão Aplicado, incluindo horas extra classe	75
Carga Horária Total do Curso		495

Observações:

- Ao final de cada disciplina o aluno deverá se inscrever para realizar a prova presencial, na data de seu interesse. As provas presenciais podem ser realizadas em qualquer campi da ESPM: São Paulo, Rio de Janeiro ou Porto Alegre, conforme agenda disponível no ambiente do curso.
- O aluno deve concluir a realização das provas presenciais de todas as disciplinas até a apresentação do Projeto de Conclusão Aplicado.
- O tempo para a realização de cada prova presencial é de 1h30min (uma hora e trinta minutos).
- Uma vez no semestre é realizada a Rede Temática ESPM em São Paulo. Este é um evento de participação opcional e a data é publicada no ambiente virtual de aprendizagem com antecedência, para facilitar o deslocamento dos interessados. Qualquer despesa de deslocamento e acomodação é de responsabilidade do aluno.
- No total de 495 horas do curso estão incluídas 30h que é a estimativa de horas das atividades extraclasse para a elaboração do Projeto de Conclusão Aplicado.

Disciplina Integradora

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, com foco em UX Design, tanto no Brasil como no exterior.

Fundamentos de UX (Pré-requisito)

Proporcionar a compreensão da fundamentação teórica e metodológica do campo de conhecimento e atuação em User Experience (UX), e dos tópicos relevantes em estratégias de UX convergentes com o planejamento de marketing e comunicação. Identificar quais são os ecossistemas principais: do usuário e do negócio, e como ambos podem afetar a entrega de valor ao usuário/consumidor.

Marketing Ágil

Proporcionar a compreensão dos fundamentos do marketing ágil (baseado no pensamento LEAN e no mínimo produto viável), e dos tópicos relevantes de um plano de marketing com foco em metodologias ágeis de gestão e produção. Identificar quais são os fatores críticos dos negócios digitais de uma organização que podem impactar diferencialmente a obtenção dos resultados esperados.

Gestão Ágil de Produto - *Design Thinking*

Compreender a metodologia LEAN e seus artefatos (CANVAS). Proporcionar uma visão abrangente de sua utilização nos fluxos de projetos digitais. Compreender a filosofia e principais protocolos em *Design Thinking* para desenvolvimento e gestão de produtos. Como LEAN e *Design Thinking* podem impulsionar a inovação para além de ambientes e ecossistemas convencionais.

Gestão Financeira - Mensuração do ROI em UX

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. Estimular o uso da linguagem financeira básica nas atividades de gestão empresarial e relacionamento com investidores.

Antropologia e Etnografia digital

Compreender como os fatores culturais influenciam o comportamento do consumidor/usuário, e como o estudo antropológico auxilia no entendimento das subculturas de consumo. A Etnografia Convencional e Digital (Netnografia), como método para a pesquisa de contextos de uso e mapeamento da experiência e jornada do usuário em ambientes digitais.

Segmentação de Mercado, Comunidades e Buyer Personas

Conhecer os conceitos, as técnicas e ferramentas de segmentação de mercado, parâmetros que levam à formação de comunidades com base convergência de crenças e atitudes. Construção de Buyer Personas com base em perfil de consumo e convergência de modelos mentais. Aplicação e utilização de Buyer Personas em estratégias de negócios digitais.

Estratégia de Arquitetura da Informação

Compreender os conceitos e propostas de definição para o escopo metodológico e prático da Arquitetura da Informação, como parte da atuação e *job description* dos profissionais envolvidos em Comunicação Digital. Ferramentas de diagnóstico como *Card Sorting* e Diagrama de Afinidades. Conhecer as principais metodologias, ferramentas e entregáveis de Arquitetura da Informação: matrizes de escopo e funcionalidades, rotulações e técnicas de navegação e prototipação. Compreender como a Arquitetura da Informação torna tangível a estratégia de negócios e viabiliza a gestão do ciclo de vida de produtos e serviços digitais.

Comunicação Omnichannel

Apresentar os conceitos de consistência e transparência em comunicação e sua aplicação. Conceitos de Arquitetura da Informação que auxiliam e viabilizam o diálogo *omnichannel* em canais convencionais e digitais. Como implementar o *omnichannel* através de estratégias de UX.

Gamification e Engajamento

Compreender as estratégias de *Gamificação* e suas diversas possibilidades de implementações em plataformas digitais. Mostrar como a *Gamificação* pode ser utilizada como ferramenta de Engajamento em conjunto com outras técnicas e métodos de construção da experiência do usuário. Mostrar, de forma reversa e concomitante, qual é o papel de UX em estratégias de *Gamificação* e Engajamento.

Fluxos de interação e touchpoints

Compreender as etapas de planejamento dos principais fluxos e demais fluxos auxiliares de interação em plataformas digitais. O que são micro momentos, como mapeá-los. O que são as microinterações ou *touchpoints*, como são projetadas e implementadas ao longo do ciclo de vida do produto. *Touchpoints* como gatilhos de inovação e diferencial estratégico em plataformas digitais.

Liderança e Times de Trabalho

Compreender o processo de liderança em equipes, o papel do líder como inspirador, facilitador e evangelista em UX e ciclos de inovação. Gestão de Produto X Gestão de Recursos em projetos ágeis (LEAN). 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. Gestão de competências e perfis multidisciplinares. A implementação de indicadores de performance, avaliação de resultados e comunicação de feedbacks.

Design de Informação

Técnicas de *wireframing*, prototipação e implementação de estratégias de interação e navegação. Redação para ambientes digitais e convergência de conteúdos, serviços, comunicação interpessoal e entretenimento. Consistência da navegação e da apresentação da informação. Aplicação de princípios da Gestalt e impactos da responsividade das interfaces.

Usabilidade e Gestão da Qualidade (QA)

Compreender os conceitos e princípios universais de usabilidade como uma medida de qualidade na utilização das interfaces digitais. As normas ISO e as heurísticas de Nielsen, a engenharia de usabilidade, análise heurística e protocolos de usabilidade como *think aloud* e *eyetracking*. Apresentar o processo de *Quality Assurance* (QA) em processos de homologação. Apresentar as metodologias de usabilidade como ferramentas de diagnóstico estratégico para além da validação de interfaces.

SEO, Mídia Digitais/Sociais & UX

Proporcionar uma visão estratégica de UX em convergência, incremento e complementação para estratégias de SEO - marketing para buscadores. Compreender as táticas e técnicas de arquitetura da informação que podem auxiliar e potencializar o marketing digital. Analisar as interfaces e ambientes de mídia digital e social de acordo com parâmetros da experiência do usuário. Entender a experiência do usuário em mídias sociais. Entender as estratégias de “*Call to Action*” dentro da perspectiva de UX.

UX para CRM

Apresentar conceitos de UX e construção de ambientes digitais como “*dashboards*” para ferramentas e ambientes de CRM, com abordagem contemporânea e em integração com canais tradicionais. O CRM e o confronto com o *Omnichannel*. Compreender como as novas tecnologias em CRM impactam na experiência do usuário. Refletir sobre a automação de plataformas e implementação de “*bots*”.

Branding e Métricas em UX

UX como estratégia de branding - a marca a partir da experiência. O foco na utilidade e entrega de valor efetiva - mínima e agregada - de produtos e serviços digitais. Arquitetura da Informação e consistência de marca. Métricas

de audiência e UX. Métricas de Conversão e UX. Aplicações e limitações do teste AB.

Empreendedorismo

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.

Comunicação Integrada de Marketing com foco em UX

Comunicação Interativa, Iterativa e Incremental X Comunicação Convencional - diferenças e convergências. A prevalência do conteúdo, a utilidade da informação e as novas estratégias de marketing com foco em UX. Marketing de Conteúdo, o Funil de Vendas e a conversão.

Tópicos Emergentes

Mostrar as novas tendências em UX, CX, tecnologia, comunicação e ambientes digitais. Os novos modelos de negócio e as oportunidades de mercado. O ecossistema de startups, incubadoras e aceleradoras.

Projeto de Conclusão Aplicado (PCA)

Elaborar um planejamento estratégico digital centrado na experiência do usuário, para um negócio, produto ou serviço, através da aplicação prática de referenciais teóricos, conceitos e metodologias abordados ao longo do curso, com o monitoramento de um orientador que atuará como facilitador para seu desenvolvimento e, quando finalizado, será submetido a uma banca de avaliação.

📌 Estrutura do curso e carga horária

Todas as disciplinas possuem no mínimo duas aulas por web conferência com o professor-tutor para que o estudante possa interagir diretamente e esclarecer dúvidas. Essas aulas serão conduzidas ao vivo, no horário das 19h30, permanecendo gravadas no ambiente virtual de aprendizagem para que o estudante possa assisti-la mais de uma vez ou, no caso de estar impossibilitado de assistir ao vivo, possa assistir a gravação.

Algumas informações básicas relevantes:

- O curso possui 495 horas realizadas em cerca de 4 semestres civis.
- Simultaneamente, são realizadas duas disciplinas.

- 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 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 aluno.

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;
 - 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.

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.

Além das unidades ESPM, o aluno poderá realizar provas presenciais nas seguintes cidades: Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Recife e Salvador.

Rede Temática ESPM

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

- interagir com executivos da área de negócios que possuem cases de interesse;
- aproximar os alunos dos cursos com os professores das disciplinas;
- estimular a realização de relacionamento profissional entre alunos, professores e convidados;
- possibilitar a realização de provas.

O calendário da rede temática integrará o calendário acadêmico do curso.

⋮ 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:

- Após o encerramento das disciplinas, o aluno poderá se inscrever para realização das provas presenciais. A disciplina somente é considerada concluída após a realização da prova presencial;
- As provas presenciais são realizadas aos sábados, em data previamente informada pelo ambiente virtual de aprendizagem, em um dos *campus* da ESPM. Casos excepcionais serão tratados isoladamente. A agenda estará disponível no ambiente virtual de aprendizagem para que o aluno 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 a obtenção do 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.

⋮ Pré-requisitos para a inscrição

Preenchimento da ficha de inscrição no site e pagamento de taxa no valor de R\$100,00 (cem 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 **16/4/2018** 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 10 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:
 - Termo de compromisso do regulamento acadêmico e declaração de responsabilidade sobre a autenticidade dos documentados entregues digitalmente;

- RG e CPF;
- 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.
- 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 (original).
 - 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>

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 processosposs@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 Gestão Estratégica em UX Design – EAD possui carga horária de 495 horas, com duração aproximada de 4 semestres.

⌘ Início das aulas

As aulas por web conferência serão ministradas às **terças** e **quintas**, a partir de **26/4/2018**, e estarão disponíveis para consulta no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA).

⌘ Investimento

Consulte as informações sobre valores a vista e parcelamento no site da [ESPM\EAD](#).

Verifique as condições especiais para o pagamento à vista e as possibilidade de desconto para ex-alunos que concluíram os respectivos cursos matriculados, na Central de Relacionamento pelo telefone (11) 4007-2375 ou e-mail: 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 Junho/18).

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.

Módulo Internacional

A ESPM desenvolve parcerias internacionais com instituições renomadas e acreditadas internacionalmente em suas áreas de atuação, com o objetivo de proporcionar aos estudantes experiências com profissionais da área, bem como visitas técnicas e culturais a empresas e instituições internacionais. É uma excelente oportunidade de aprendizagem e networking, adiante-se frente às oportunidades de estudar no exterior e internacionalize-se com a ESPM! As aulas ocorrem em tempo integral, por um período aproximado de 15 dias. Em Janeiro os programas serão com as seguintes instituições: EADA (Barcelona) e IÉSEG (Paris).

Para mais informações ou dúvidas consulte a nossa Central de Relacionamento.