

# PÓS-GRADUAÇÃO

BIG DATA E INTELIGÊNCIA DE MARKETING

ESPM

Parceria



## MANUAL DO CURSO

ESPM

[www.espm.br/pos-sp](http://www.espm.br/pos-sp)

Local do Curso - Rua Joaquim Távora, 1.240- Vila Mariana - São Paulo - SP

---

**Central de Relacionamento**

(11) 5081-8200 (opção 1) - [relacionamentojt@espm.br](mailto:relacionamentojt@espm.br)

Segunda a sexta — 9h às 20h30

---

## Pós-Graduação em Big Data e Inteligência de Marketing

---

Trabalhar com dados de registros de vendas, de redes sociais, de geolocalização, de modelos comportamentais de previsão, *consumer insights*, torna-se cada vez menos incomum para as empresas. Modelos tradicionais de previsão tendem a se tornar lentos se considerarmos volumes muitíssimo grandes de dados. É aí que o conceito de Big Data surge como nova grande força nas organizações. A pergunta que se busca responder é como analisar de forma coerente e rápida informações em tempo real e em quantidade não controlada, influenciando de forma estratégica a tomada de decisão das empresas? Volume, Variedade, Velocidade e Veracidade definem as dimensões básicas do Big Data. Para trabalhar nestas dimensões há a necessidade de organizarmos as informações para podermos efetivamente analisá-las de forma razoável e factível. Conhecer em essência as técnicas analíticas que envolvem a manipulação de grandes conjuntos de dados, é tarefa dos novos gestores.

### 📌 Objetivos

Apresentar e descrever as aplicações avançadas de *Big Data* em áreas diversas, tais como marketing, finanças, investimentos, planejamento e controle de produtos, gestão de recursos humanos, etc. A intenção é permitir ao aluno obter uma visão ampla das possibilidades atuais de aplicação dos recursos tecnológicos na análise e previsão de resultados, bem como apresentar tendências futuras na área. Capacitando-o a desenvolver e participar de novos projetos que envolvam estes conhecimentos.

### 📌 Público-alvo

Profissionais de marketing, negócios, análise quantitativa e/ou de tecnologia, em início de carreira, mas com alguma experiência profissional que estejam interessados em conhecer ou ampliar seus conhecimentos sobre a área de Inteligência de Mercado e Big Data. Integrantes de equipes de Marketing, Inteligência de Negócio, Business Intelligence ou Tecnologia. Indicado para profissionais em fase de crescimento profissional.

## 📌 Dinâmica

- As aulas são realizadas no campus da pós-graduação da ESPM, podendo ser ministradas em outros locais, pré-agendado pelo professor.
- As aulas em disciplina em EAD, indicada no programa do curso, ocorrerão concomitantemente com as disciplinas presenciais e no período inicial do curso.

## 📌 Estrutura do Curso

O curso possui carga horária de 390 horas, composto das seguintes disciplinas:

- Fundamentos de Marketing - Educação a Distância - (EAD).....(36h)
- Fundamentos da Gestão Financeira - Educação a Distância - (EAD).....(36h)
- TI e Infraestrutura de Dados.....(24h)
- Arquitetura da Informação.....(24h)
- Inteligência de Mercado.....(24h)
- Gerenciamento de Projetos.....(24h)
- *Consumer Insights*.....(24h)
- Marketing de Relacionamento - CRM.....(24h)
- Técnicas de Raciocínio Analítico.....(24h)
- Sistemas de Tomada de Decisão.....(24h)
- Gestão de Banco de Dados e BI.....(24h)
- *Big Data* e Aplicações de Negócios.....(24h)
- Geomarketing.....(24h)
- TCC (orientação, bancas e elaboração do projeto).....(54h)

## Ementas das disciplinas

### Fundamentos de Marketing - Educação a Distância (EAD)

Proporciona a compreensão dos fundamentos e conceitos de marketing. Aborda os tópicos relevantes de um plano de marketing. Possibilita ao aluno identificar quais fatores do ambiente de marketing podem afetar os negócios de uma organização e conhecer as

estratégias e o composto de marketing necessários para a obtenção dos resultados esperados.

### Fundamentos da Gestão Financeira - Educação a Distância (EAD)

A disciplina visa facilitar a aquisição e ordenação dos conceitos básicos de finanças empresariais envolvendo conceitos relacionados ao valor do dinheiro no tempo, tais como o valor presente, o valor futuro, as taxas e as prestações uniformes. A abordagem trata, também, da estrutura e do significado dos demonstrativos financeiros do balanço patrimonial, da demonstração de resultados e do fluxo de caixa e dos indicadores financeiros de liquidez, endividamento e rentabilidade.

### TI e Infraestrutura de Dados

Enfoca os principais conceitos e técnicas associados à gestão da informação no ambiente empresarial, bem como seu constante desenvolvimento, destacando as novas plataformas digitais e o conceito de convergência tecnológica. Propicia visão realista da tecnologia da informação quanto ao seu dimensionamento, sua escolha e adequabilidade à empresa e seu potencial de sustentação dos negócios. Conceituar Data Warehouse. Entender as idiosincrasias e interfaces das áreas de Tecnologia da Informação e Marketing nas corporações. Apresentar os principais conceitos envolvendo Data Warehouse, sua arquitetura, estilos de modelagem e utilização. Apresentar o conceito de sistemas integrados de gestão. Apresentar os conceitos de ERP, CRM, OLAP.

### Arquitetura da Informação

A arquitetura de informação é a prática de decidir como organizar as partes de algo para ser mais compreensível. A arquitetura de informação centra-se na organização, estruturação e rotulagem de conteúdo de uma forma eficaz e sustentável. O objetivo é ajudar os usuários a encontrar informações e completar tarefas. Para fazer isso, você precisa entender como as peças se encaixam para criar uma imagem maior, como os itens se relacionam entre si dentro do sistema.

### Inteligência de Mercado

Oferece ao estudante a oportunidade de desenvolver e exercitar as competências necessárias para a avaliação das atividades dos concorrentes, das tendências gerais dos negócios e de hábitos e atitudes do consumidor, entre outros fatores, com o intuito de atingir os objetivos estratégicos da empresa em que atua. Aborda os aspectos relevantes a cultura organizacional para garantir um ambiente apropriado à construção, preservação e disseminação do conhecimento.

### Gerenciamento de Projetos

Apresenta os principais conceitos e técnicas associados à gerência de projetos utilizados pelo PMI na gestão empresarial moderna, proporcionando uma visão realista da função do gerente de projeto, destacando o processo, a importância para o mercado e sua adaptabilidade à empresa e ao potencial de alavancagem dos negócios. Associar projetos com o planejamento estratégico. Conceituar, descrever e decompor a estrutura analítica de um projeto. Definição de métricas e medidas para gestão e acompanhamento de projeto. Entender os dilemas e desafios que precisam ser gerenciados durante a condução e implantação de projetos analíticos - principalmente envolvendo equipes multidisciplinares.

### Consumer Insights

Dominar o conceito de tendências/*trends* e a abordagem de pesquisa e inovação em *Consumer Insights*. Saber utilizar as ferramentas de identificação e análise de tendências. Conduzir projetos *de Consumer Insights* a fim de gerar inspiração e inovação nos negócios. Saber aplicar de modo prático e lucrativo nos negócios os insights e inspirações com base em estudos comportamentais. Novas ferramentas de pesquisa (etnografia, netnografia, imersão, *home visit*, observação, curadoria de conteúdo, co-criação). Tipologias com base em drivers e nova segmentação do consumidor no contexto do Big Data.

### Marketing de Relacionamento - CRM

Desenvolve e aprofunda o conhecimento do aluno sobre o tema CRM (*Customer*

*Relationship Management*), levando-o a compreender o atual foco da competição das empresas na disputa pela lealdade de seus clientes. Portanto, são discutidas as modernas estratégias de relacionamento e de alternativas como forma de criar diferenciais para atrair e, principalmente, manter clientes. Trata de questões referentes às modernas plataformas digitais de CRM. Tópicos abordados: Conceitos Básicos sobre CRM - IDIP; CRM como “Estratégia de Negócio”; O CRM Social e o CRM 2.0; Tipos de redes de Mercado; Plataformas de CRM.

### Técnicas de Raciocínio Analítico

Propõe a abordagem analíticas quantitativa para estruturação e solução de problemas mercadológicos. Para tanto, enfoca o emprego de múltiplas técnicas de análise quantitativa utilizadas na gestão empresarial moderna. Trata de tópicos como inferência estatística, modelos probabilísticos de previsão e auxílio à tomada de decisões. Permitir ao aluno a obtenção de conhecimentos essenciais na área de modelagem quantitativa, para utilização nas demais disciplinas. Os tópicos incluem modelagem estatística de dados, noções de modelagem e resolução de problemas em planilha eletrônica e softwares de computação científica.

### Sistemas de Tomada de Decisão

Proporciona ao estudante os principais conceitos e técnicas relativos ao sistema de informações de mercado e a influência destas nas estratégias de tomada de decisão da organização em um ambiente de alta competitividade. Visa capacitar o aluno na utilização de ferramentas básicas de análise de cenários e gestão de risco. Conhecer os requisitos para qualidade de uma decisão (*decision quality*): definição apropriada do problema (*framing*), alternativas criativas e viáveis, informação relevante e confiável, valores e *trade-offs* claros, raciocínio lógico e compromisso para ação. Desenvolver, por meio de ferramentas de Análise de Decisão (tais como: diagrama de influência, tabela de estratégias, hierarquia de decisões, levantamento de questões, modelagem em Excel, diagrama tornado e árvore de decisões), racionais para tomada de decisões.

### Gestão de Banco de Dados e BI

Esta disciplina aborda a administração de banco de dados como uma disciplina de gestão de negócios, abordando práticas e procedimentos comuns para vários tipos de empresas e tecnologias de gestão de banco de dados. Questões importantes no funcionamento diário e planejamento de longo prazo da administração de bancos de dados são examinados em profundidade. Apresenta ao aluno as principais técnicas de modelagem e captura de dados em ambientes corporativos (bancos de dados relacionais) e via web (informações pouco ou não estruturadas). Linguagem de consultas estruturadas a banco de dados (SQL). Modelos informacionais. BI.

### Big Data e Aplicações de Negócios

Apresentar os principais recursos atuais de captura e análise de dados em larga escala, tais como *Hadoop*, *Spark* e bancos de dados NoSQL. Mostrar as técnicas de integração com sistemas tradicionais do tipo banco de dados relacional e as principais arquiteturas utilizadas na implementação de *data lakes*. A disciplina conclui com um exemplo completo de operação *Map-Reduce*, essencial para análises em larga escala realizadas via web. Apresentar ao aluno aplicações típicas lideradas por *Chief Marketing Technologists* em diversos mercados verticais, envolvendo dados estruturados e não estruturados no apoio à tomada de decisão. Envolver o aluno em estudos de casos em que a construção de cenários de decisão é fundamental. Discutir a essência da mudança ou adaptação de paradigma de decisão que projetos não convencionais envolvendo Big Data trazem para os profissionais de marketing.

### Geomarketing

Compreender o contexto dos dados oriundos de fenômenos ocorridos no espaço geográfico. Identificar problemas e situações de gestão e decisão em que há componentes de natureza espacial em que as ferramentas de inteligência geográfica podem ser utilizadas. Usar ferramentas de exploração e análise geográfica para geocodificar, organizar, descrever e representar dados geográficos de maneira a transformá-los em informações úteis para a tomada de decisão. Incorporar dados geográficos oriundos de

fontes secundárias às aplicações e bases de dados já existentes nas empresas. Conceituar a evolução e o estado-da-arte do marketing geográfico no contexto dos bancos de dados geográficos, *cloud computing* e *Geo Big Data*.

### Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

Elaborar um projeto aplicado de planejamento, gestão e/ou análise de informação no contexto do marketing, 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.

### 🌐 Módulo Internacional

A ESPM desenvolve parcerias internacionais, com instituições renomadas 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. Para participar dos módulos internacionais, o estudante conta com suporte e orientação do International Office ([iap@espm.br](mailto:iap@espm.br)). Consulte a Central de Relacionamento para saber quais são as possibilidades e condições dos módulos internacionais disponíveis para o seu curso. Adiante-se frente às oportunidades de estudar no exterior. Vagas limitadas! Internacionalize-se com a ESPM.

Obs: 1- As escolas parceiras podem ser alteradas dependendo de acordos acadêmicos;

2- Módulo não obrigatório e não incluso no valor do curso.

### 🌐 ESPM Carreiras

É o centro de apoio ao desenvolvimento profissional e de carreira dos estudantes da pós-graduação. Oferece serviços e informações que auxiliam estudantes, tais como: ciclo de palestras, workshops e eventos; Canal ESPM com divulgação de oportunidades de emprego; atendimento individual para orientação profissional com orientadores de



carreira; além de parcerias estratégicas com o vagas.com, Michael Page, Robert Half, Love Mondays. Saiba mais pelo link: [www.espm.br/carreirapos](http://www.espm.br/carreirapos).

### 📌 Pré-requisitos para 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 23/2/2018

- Após o pagamento da taxa de inscrição o candidato receberá por e-mail um link para preenchimento do processo seletivo on-line, que é composto das seguintes etapas:

1ª etapa → preenchimento dos dados cadastrais;

2ª etapa → elaboração da redação\*;

3ª etapa → inserção do currículo profissional atualizado\*;

4ª etapa → entrevista presencial (Após a realização da etapa online acima, a ESPM entrará em contato para o agendamento da entrevista presencial).

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

- Todas as etapas do processo seletivo deverão ser adequadamente cumpridas.
- O prazo para a realização do processo seletivo on-line é de **dois dias corridos**, contados a partir do recebimento do link por e-mail. Caso não cumpra todas as etapas no primeiro acesso, seus dados ficarão salvos para a finalização posterior, porém dentro do prazo estabelecido.

### 📌 Resultado do processo seletivo

O resultado será informado ao final da entrevista presencial pelo avaliador.

### 📌 Pré-requisitos para ingresso e matrícula

- Aprovação em todas as etapas do processo seletivo;
- Entrega de todos os documentos obrigatórios;
- A matrícula poderá ser efetivada após a realização da Entrevista Presencial.

### 📌 Documentos obrigatórios para a efetivação da matrícula

- RG, CPF ou CNH (originais).
- Histórico original de curso superior.
- Diploma de curso superior reconhecido pelo MEC, com carga horária mínima de 1600 horas-aula. Na ausência do diploma, o estudante poderá entregar certificado, atestado ou declaração de conclusão de curso com a descrição da data de colação de grau, qual será aceito temporariamente, ficando sob a responsabilidade do estudante a entrega posterior do referido diploma (originais).
- No caso de diplomas internacionais, é necessária a sua tradução juramentada, consularização pelo Brasil no país de origem e revalidação, de acordo com a Resolução nº.8, de 4/10/07, do Conselho Nacional de Educação (CNE), 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 100% do valor pago, por meio de depósito em conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE endereçado ao e-mail [processospossp@espm.br](mailto:processospossp@espm.br), 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 curso Pós-Graduação em Big Data e Inteligência de Marketing possui carga horária de 390 horas, duração aproximada de 18 a 20 meses, sendo oferecido na modalidade abaixo:

Versão noturna: aulas duas vezes por semana, às segundas e quartas-feiras, das 19h30 às 22h30

### 📌 Início das aulas

As aulas serão ministradas às segundas e quartas-feiras, com início em 5/3/2018.

### 📌 Local do curso

- ✓ *Campus* Joaquim Távora - Rua Joaquim Távora, 1.240 - Vila Mariana - São Paulo - SP.

### 📌 Investimento

**Matrículas efetuadas até 2/2/2018 (com desconto de 50% NO VALOR DA MATRÍCULA R\$ 650,00)**

OBS: para ter o benefício será necessário a aprovação em todas as etapas do processo seletivo.

**Matrículas efetuadas a partir de 3/2/2018 (sem desconto)**

Matrícula sem desconto	Parcelado	
	Curso	Matrícula/curso
R\$ 1.300,00	17 parcelas R\$ 2.159,03 + 1 R\$ 2.197,86	R\$ 40.201,37
	23 parcelas R\$ 1.661,36 + 1 R\$ 1.725,16	R\$ 41.236,44
	29 parcelas R\$ 1.364,93 + 1 R\$ 1.406,05	R\$ 42.289,02
	35 parcelas R\$ 1.165,04 + 1 R\$ 1.282,68	R\$ 43.359,08

Devido aos residuais decimais que há em cada parcela do curso, o último pagamento será superior aos demais para que se complete o valor total do investimento. O valor final do curso informado em cada plano de pagamento não será alterado. Em caso de dúvidas, por gentileza, entre em contato com a nossa Central de Relacionamento.

### 📌 Descontos para ex-alunos concluintes ESPM

Desconto especial para ex-alunos concluintes ESPM, mais informações, consulte nossa Central de Relacionamento.

(11) 5081-8200 (opção 1) ou e-mail: [relacionamentojt@espm.br](mailto:relacionamentojt@espm.br)

O pagamento da primeira parcela (matrícula) deverá ser feito por meio de boleto bancário, o qual será entregue no ato da matrícula.

As próximas parcelas também serão pagas por meio de boleto bancário, com vencimento dos parcelamentos/mensalidades para dia 8 de cada mês (a partir de abril/18)

### 📌 Parceria - Linhas de créditos

A ESPM mantém parceria com o Banco Bradesco, o qual disponibiliza linha de crédito aos alunos de Master, MBA e Pós-graduação, tendo como objetivo oferecer outras opções de pagamentos para os cursos. Mais informações, contate:



### **Banco Bradesco**

Contato: qualquer agência do Bradesco ou o PAB na ESPM (Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 - Vila Mariana - São Paulo)

Telefones: (11) 5085- 6652/ 5085 4621

E-mail: [0134.gerencia@bradesco.com.br](mailto:0134.gerencia@bradesco.com.br)

### **Seguro Educacional**

Agora, você recebe da ESPM, sem nenhum custo, o Seguro Educacional. Ele terá validade a partir do início das aulas e da aprovação da proposta, por parte da seguradora. [Clique aqui](#) para conhecer o regulamento.