



Inteligência de Mercado & Tomada de Decisão

Estruture decisões estratégicas com dados, cenários e análise competitiva para reduzir risco e ganhar clareza. Nesta pós, você aprende a transformar dados, cenários e sinais competitivos em escolhas estratégicas claras, sustentáveis e defensáveis. Ao longo da jornada, desenvolve domínio sobre leitura de mercado, análise competitiva, construção de cenários e avaliação de trade-offs, estruturando decisões em ambientes de incerteza e pressão por resultado. Mais do que interpretar dados, você passa a organizar alternativas, reduzir risco e sustentar decisões com lógica, método e visão estratégica.

Formato

ONLINE

Duração

11 meses

Carga horária

360h

Modalidade

PÓS

Para quem é este curso?

Formação estratégica para profissionais que precisam transformar informação em decisões de mercado com impacto real.

1

Perfil profissional

Profissionais de Inteligência de Mercado, Planejamento, Marketing Estratégico, Vendas e Estratégia, além de líderes responsáveis por decisões de posicionamento, crescimento, portfólio, expansão, produtos e negócios.

2

Atuação

O profissional atuará estruturando decisões estratégicas de mercado, conectando dados, concorrência, contexto competitivo e objetivos de negócio. Será capaz de avaliar cenários e riscos, comparar alternativas, priorizar oportunidades e sustentar escolhas com impacto direto em crescimento, posicionamento e performance.

3

Competências desenvolvidas

O aluno aprende a estruturar decisões sob incerteza, construir cenários, explicitar trade-offs, definir critérios decisórios e transformar análises em recomendações estratégicas claras e defensáveis.

O que você vai aprender?



Leitura Estratégica de Mercado

Aprenda a interpretar mercados, concorrência e contexto competitivo como base para decisões estratégicas, indo além da análise descritiva.



Construção de Cenários e Trade-offs

Desenvolva a capacidade de estruturar cenários, avaliar riscos e comparar alternativas para reduzir incerteza nas decisões.



Decisão Baseada em Critérios

Construa critérios claros de priorização e transforme dados e análises em escolhas estratégicas sustentáveis e defensáveis.



Recomendação Estratégica

Aprenda a traduzir análises em recomendações executivas, sustentando decisões diante de stakeholders e alta liderança.

Disciplinas que estruturam sua formação

Inteligência Competitiva e Dinâmica de Mercado

A disciplina desenvolve a capacidade de ler mercados como sistemas competitivos dinâmicos, indo além do monitoramento de concorrentes para compreender movimentos estratégicos, assimetrias competitivas, fontes de vantagem e riscos estruturais que impactam decisões de negócios. São analisadas estruturas competitivas, forças de mercado e dinâmicas setoriais que moldam decisões estratégicas, além da interpretação de movimentos competitivos, estratégias de concorrentes e sinais de mudança no ambiente competitivo. O foco está em avaliar implicações estratégicas de entrada, expansão, defesa e reposicionamento, sustentando decisões com base em uma leitura integrada de mercado, concorrência e contexto econômico.

Customer & Market Insights

A disciplina reposiciona customer e market insights como insumos centrais para decisões estratégicas, indo além da produção de pesquisas e relatórios para transformar evidências em escolhas concretas de negócio. São abordadas a interpretação de dados de cliente e mercado com foco decisório, a tradução de insights em alternativas estratégicas e recomendações acionáveis, além da avaliação da relevância, confiabilidade e limites das informações disponíveis. O objetivo é integrar diferentes fontes de dados em narrativas claras, capazes de sustentar decisões estratégicas consistentes e alinhadas ao contexto do negócio.

Impacto e Aprendizado Decisório

A disciplina fecha o ciclo da decisão estratégica, focando na avaliação dos impactos reais das escolhas realizadas e na construção de aprendizado a partir dos resultados obtidos. São analisados impactos estratégicos, econômicos e organizacionais das decisões, bem como a identificação de aprendizados decorrentes de resultados esperados e não esperados. O foco está no ajuste contínuo de critérios, premissas e modelos decisórios com base em evidências, desenvolvendo uma lógica estruturada de aprendizado contínuo aplicada à tomada de decisão estratégica.

Disciplinas que estruturam sua formação

Cenários de Riscos e Trade-offs de Mercado

A disciplina aborda a tomada de decisão em contextos de incerteza, estruturando cenários futuros, avaliando riscos e explicitando trade-offs estratégicos para reduzir decisões intuitivas ou reativas. São desenvolvidas competências para construir cenários estratégicos plausíveis a partir de variáveis críticas, identificar riscos, incertezas e impactos de segunda ordem, além de avaliar ganhos e perdas associados a diferentes alternativas. O foco está em promover decisões conscientes, sustentadas por análise estruturada de riscos, impactos e consequências estratégicas.

Priorização e Alocação Estratégica de Recursos

A disciplina capacita o aluno a transformar múltiplas demandas, dados e oportunidades em decisões claras de priorização, definindo onde investir, onde não investir e por que, considerando restrições reais de recursos, risco e impacto esperado. São abordadas a estruturação de problemas de priorização, a definição de critérios objetivos para alocação de investimentos e a comparação entre alternativas estratégicas com base em impacto, viabilidade e alinhamento organizacional. O objetivo é desenvolver a capacidade de justificar decisões de forma lógica, transparente e defensável para diferentes stakeholders.

Decisões de Crescimento, Posicionamento e Portfólio

A disciplina desenvolve a capacidade de estruturar decisões de crescimento, posicionamento e gestão de portfólio com base em lógica estratégica, evitando escolhas fragmentadas ou orientadas exclusivamente por metas de curto prazo. São analisadas alternativas de crescimento considerando mercado, cliente, concorrência e capacidades internas, bem como a definição de posicionamentos coerentes com o contexto competitivo e a proposta de valor. Também são exploradas decisões de portfólio, incluindo produtos, segmentos e mercados, sob a ótica de impacto e coerência estratégica, com foco em sustentar decisões com argumentos claros e consistentes.

Disciplinas que estruturam sua formação



Análise de Mercado e Posicionamento Competitivo

A disciplina desenvolve a capacidade de interpretar mercados competitivos sob uma perspectiva estratégica, analisando estruturas de concorrência, dinâmicas de disputa e escolhas de posicionamento. O aluno compreende como diferenciação, proposta de valor e relacionamento sustentam vantagem competitiva no longo prazo.

Estratégia Integrada para Performance em Vendas

A disciplina aborda a performance comercial como resultado da integração entre estratégia, marketing, relacionamento, canais e processos de vendas. O aluno desenvolve visão sistêmica da geração de resultados, entendendo como decisões ao longo da jornada impactam eficiência, conversão, retenção e crescimento sustentável.

Influência e Liderança em Marketing

A disciplina desenvolve a capacidade de exercer influência estratégica em contextos organizacionais complexos, onde decisões exigem articulação entre múltiplas áreas. O foco está na construção de legitimidade técnica, argumentação estruturada e sustentação de decisões sob pressão por resultado.





Disciplinas que estruturam sua formação

Neuromarketing, Comportamento e Experiência de Mercado

A disciplina explora fundamentos do comportamento humano aplicados às decisões de consumo e relacionamento. Integra psicologia, economia comportamental e experiência do cliente para compreender como percepções, emoções e contextos influenciam escolhas, permanência e abandono ao longo da jornada.

Dados, Métricas e Inteligência Analítica

A disciplina capacita o aluno a utilizar dados e métricas como suporte estruturado à tomada de decisão estratégica. O foco está na interpretação crítica de indicadores, na seleção de métricas relevantes e na transformação de dados em insights acionáveis para decisões de negócio.

Sistema de Inovação em Ambientes Complexos

A disciplina trata a tomada de decisão como um sistema adaptativo em ambientes de incerteza e mudança contínua. O aluno desenvolve competências para estruturar decisões mais robustas, revisar hipóteses com base em feedbacks e sustentar estratégias resilientes ao longo do tempo.



Metodologia desenhada para quem decide o futuro

A agilidade do Digital-First da ESPM une o rigor acadêmico às demandas do mercado, transformando conhecimento em infraestrutura de decisão e resultados.

Semana 1

Entender

Introdução 5min

Contexto do(a) Professor(a)

- Vídeo de apresentação do(a) professor(a) ESPM

Briefing 30min

Contexto da disciplina

- Vídeo do contexto e apresentação da disciplina
- Texto de apoio e jornada de aprendizagem

Arsenal Conceitual 1 1h30min

Fundamentos teóricos essenciais

- Videoaulas com professor(a) ESPM
- Indicação de capítulos de livro

Imersão no Cenário 1h30min

Entendimento do ambiente e do desafio

- Videoaulas com professor(a) ESPM
- Indicação de hot topics e outros conteúdos multimídia

Papo com Referência 60min

Entrevista estruturada

- Vídeo estilo entrevista com professor(a)-referência
- Responder dilemas e desafios de mercado

Panorama 60min

Revisão geral da jornada

- Material de referência bibliográfica complementar para aprofundamento

Micro Challenge 1 60min

Desafio inicial

- Lauda textual de explicação e atividade discursiva

Next Step 25min

- Take aways e contexto para a próxima semana

Semana 2 Aplicar

Arsenal Prático 65min

Ferramentas para aplicação

- Videoaulas com professor(a) ESPM
- Lauda textual e complemento imagético (infográfico, figuras, etc)

Deep Dive 60min

Exploração do tema

- Professor(a)-referência aprofunda e exemplifica os conceitos da disciplina em episódios

Do Conceito à Prática 1h30min

Construção inicial de soluções

- Vídeo do(a) professor(a) ESPM com abordagem de um ou mais aprendizados por meio de ferramentas

Bússola de Legado 60min

Reflexão sobre impacto e propósito

- Perguntas de reflexão sobre impacto e propósito
- Lauda textual com passo a passo de aplicação (professor(a) ESPM)

Sessão Foresight 60min

Projeção de cenários futuros

- Analise tendências, projete cenários e desenvolva uma visão de futuro. Um exercício estratégico que conecta o aprendizado com decisões de longo prazo.

Micro Challenge 2 60min

Desafio prático de aplicação

- Lauda textual de aplicação
- Atividade discursiva e avaliativa

Next Step 25min

- Take aways e contexto para a próxima semana

Semana 3

Analisar e Criar

Arsenal Conceitual 1 1h50min

Complemento teórico aprofundado

- Vídeo professor(a) ESPM
- Capítulo de livro

Do Conceito à Prática 2 1h10min

Evolução e teste das soluções

- Videoaula de conteúdo com professor(a) ESPM
- Lauda textual com passo a passo de aplicação

Prática ao Vivo 2h30min

Aula ao vivo com professor(a) ESPM

- Live de contexto e interação com docente

Conexão 360° 2h40min

Integração dos aprendizados e desafios

- Vídeo de explicação da atividade, conectando os micro challenges já realizados
- Perguntas avaliativas da disciplina

Debriefing 60min

Reflexão final e fechamento

- Lauda textual curta de fechamento
- Reflexão do aluno sobre a disciplina e principais aplicações teóricas e práticas

Pesquisa de Satisfação

- Momento de avaliação da satisfação da disciplina

**23 horas de estudo
em 3 semanas**

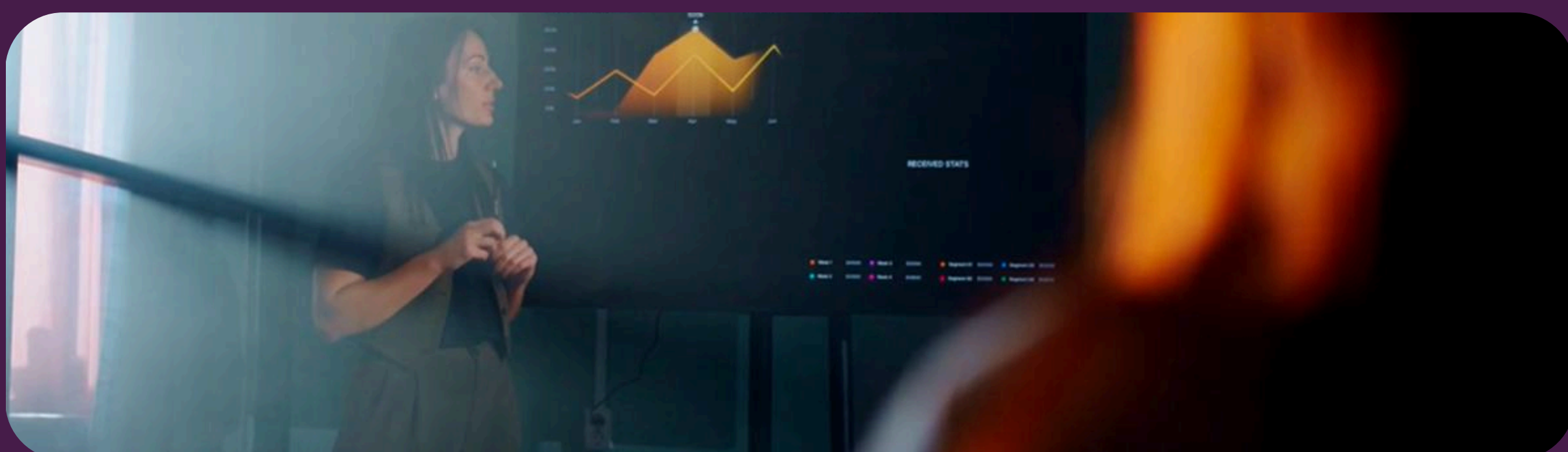
Como a experiência acontece na prática

Uma jornada Digital-First, com aplicação prática, laboratórios práticos e construção de portfólio por meio de projetos ao longo de todo o curso.



Global Minds

Aprenda com líderes das principais empresas do mundo e acesse curadoria estratégica internacional.

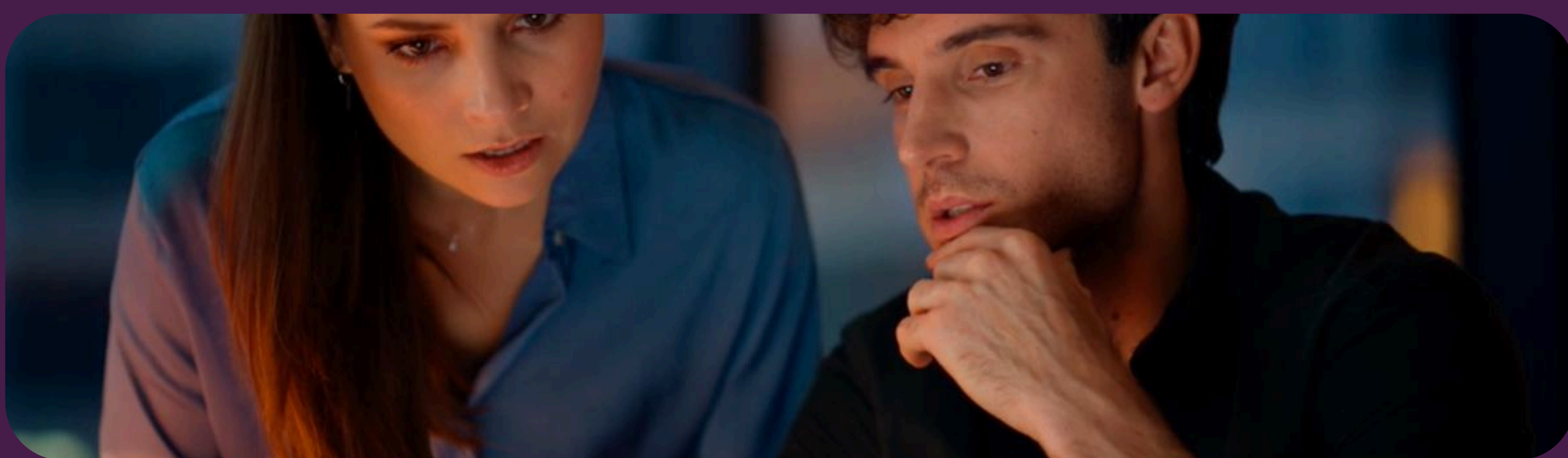


Laboratórios práticos

Laboratórios práticos para você trabalhar os temas de Inovação em Marketing, Soluções com IA e No Code, e Design de Carreira. Você ainda vai ter momentos ao vivo com profissionais de mercado compartilhando desafios da área.

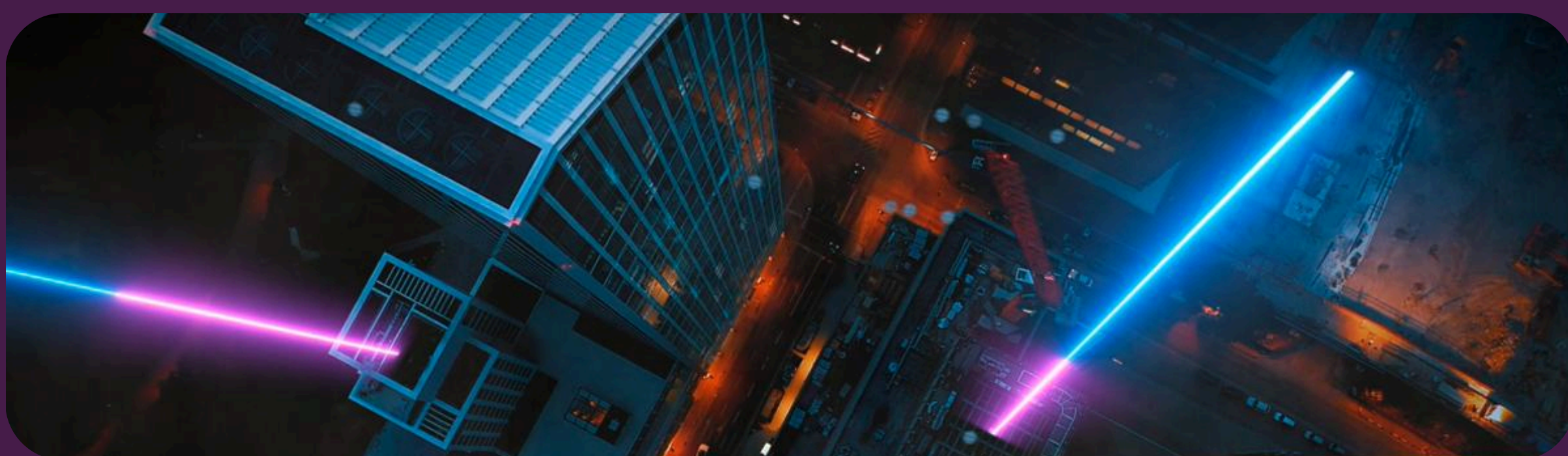
Como a experiência acontece na prática

Uma jornada Digital-First, com aplicação prática, laboratórios práticos e construção de portfólio por meio de projetos ao longo de todo o curso.



One Stop Shop

Um ambiente que integra aprendizado, prática e networking. Da especialização à conexão sênior, tudo na mesma especialização.



Digital-First

Metodologia estruturada para como você aprende de verdade, conectando entendimento, aplicação prática e desenvolvimento de senso crítico ao longo de cada disciplina.

Avaliações, Projeto e Certificação

Formação estruturada para transformar conhecimento estratégico em decisões aplicáveis ao negócio.



Construção de Portfólio

Microcertificação ao longo do curso para cancelar sua atuação antes mesmo da conclusão da Pós. Além disso, o projeto integrador é flexível: desenvolva um projeto aplicável à sua carreira.



Projeto Integrador

Projeto aplicado no qual você desenvolve habilidades estratégicas com orientação de professores da ESPM e estrutura soluções reais para o negócio. Ao final da jornada, o projeto é apresentado a uma banca avaliadora, consolidando sua capacidade de traduzir estratégia em execução.



Foresight Estratégico

Ao longo das disciplinas, você participa de momentos de foresight para analisar tendências, projetar cenários e desenvolver uma visão de futuro. Um exercício estratégico que conecta o aprendizado com decisões de longo prazo.

Conheça seu coordenador



Gilmar Marques

Professor da ESPM há mais de 21 anos, atua nas áreas de marketing estratégico, canais, produtos e marcas. É mestre em Administração, com ênfase em Marketing pela PUC-SP, instituição onde também se graduou em Administração de Empresas, além de possuir formação em Psicologia pela Universidade São Marcos. Atualmente, é Diretor de Marketing e Comercial na Analiza Brasil, e atua também como consultor, coach de performance e psicólogo clínico.

Aprenda com especialistas que vivem o mercado



Alexandre Borba Salvador

- Professor de Pós-Graduação e MBA na ESPM
- Doutor, Mestre e Graduado em Administração pela FEA-USP
- Especialista em Gestão de Marketing pela MMS
- Formação executiva pela ESPM, FGV e Insper
- Experiência em desenvolvimento de marcas, gestão de negócios e inovação
- Atuação em bancos, empresas de tecnologia, multinacionais e startups
- Membro do Conselho Consultivo da Troiano Branding
- Autor de capítulos e artigos científicos em marketing e gestão de crise
- Coordenador Acadêmico do Eixo Marketing na ESPM



João Batista Simon Ciaco

- Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP
- Mestre em Administração pela EAESP-FGV
- Pós-Graduado em Marketing pela UFRGS
- Formação em Engenharia Civil e Administração Pública
- Ex-Chief Marketing Officer da Fiat Chrysler para Brasil e América Latina
- Responsável por marcas como Fiat, Jeep, Dodge, Ram, Chrysler e Alfa Romeo
- Liderou estratégias de marketing, performance, growth e métricas
- Sob sua gestão, a Fiat conquistou a liderança do mercado brasileiro
- Ex-Presidente da Associação Brasileira de Anunciantes
- Sócio da OPLANO e da Dolores Design de Soluções



Charles John Szulcsewski

- Doutor em Administração pela FEA-USP
- Mestre em Administração pela PUC-SP
- Especialista em marketing, vendas e relacionamento com o cliente
- Experiência em canais de venda, equipes comerciais e serviços personalizados
- Professor e Coordenador de Pós-Graduação na ESPM

Aprenda com especialistas que vivem o mercado



Billy Nascimento

- Doutor e Mestre em Neurofisiologia pelo IBCCF-UFRJ
- Graduado em Biomedicina pela UFRJ
- Cofundador e CoCEO da Forebrain
- Referência em neurociência aplicada ao marketing no Brasil
- Atuação em marcas como Globo, L'Oréal, Oi e Porto Seguro
- Professor na ESPM-Rio e FGV em Neurociência do Consumo



Eleonora Mota Diniz

- Consultora, Palestrante e Professora com mais de 30 anos de carreira
- Formação em TI pela Fatec-SP e Design Gráfico pelo Mackenzie
- MBA em Negócios e extensão em Mobile Marketing pela FGV
- Especialista em analytics, KPIs e construção de painéis estratégicos
- Atua com web analytics desde 2001
- Consultoria para Santander, Itaú, Cinemark e Resultados Digitais
- Autora de e-book sobre framework de analytics
- Experiência em projetos para Bayer, Porto Seguro, Nestlé e Rede Globo



Marcelo Pimenta

- Jornalista, Mestre em Planejamento Estratégico
- Especialista em criatividade, inovação e empreendedorismo
- Consultor credenciado ao Sebrae Nacional
- Representante brasileiro no Conselho Acadêmico NetExplo junto à Unesco
- Criador do Laboratório de Startups da ESPM
- Autor do livro “Economia da Paixão”
- Professor em programas de Pós-Graduação da ESPM e Esalq/USP
- 30 anos de experiência em gestão de projetos e inovação

Aprenda com especialistas que vivem o mercado



Rafael Silva

- Director of Client Impact US na Winnin
- Mais de uma década de experiência em estratégia, dados e leitura cultural aplicada ao negócio
- Atua conectando comportamento, cultura, dados e impacto para clientes e marcas
- Tem trajetória voltada à interpretação de sinais de mercado e transformação desses sinais em decisões estratégicas
- Contribui para a formação com visão aplicada sobre inteligência de mercado, leitura cultural, dados e tomada de decisão



Vitória de França Comarin

- Measurement Lead no Google
- Mais de 10 anos de experiência em Marketing & Analytics
- Atua com estratégia de dados first-party para grandes clientes
- Especialista em mensuração, inteligência analítica e uso estratégico de dados para decisões de marketing
- Tem trajetória conectada à leitura de métricas, comportamento e performance
- Contribui para a formação com visão aplicada de dados, mensuração e tomada de decisão



A capacidade de decidir com dados está redefinindo o mercado.

23x

Mais chances de adquirir clientes em empresas orientadas por dados.

(McKinsey Global Institute)

19x

Mais probabilidade de serem lucrativas para empresas data-driven.

(McKinsey Global Institute)

5x

Mais rapidez na tomada de decisão em empresas que utilizam dados de forma estruturada.

(Bain & Company)

70%

Das decisões estratégicas falham por falta de análise estruturada e critérios claros.

(Harvard Business Review)



Perguntas frequentes

Preciso trabalhar com Inteligência de Mercado para fazer o curso?

Não. O curso é voltado para profissionais que participam ou influenciam decisões estratégicas e querem estruturar melhor suas escolhas.

O curso é técnico ou estratégico?

Estratégico com aplicação prática. O foco está em estruturar decisões, não apenas analisar dados ou operar ferramentas.

Terei projetos aplicáveis ao mercado?

Sim. O curso trabalha com cenários reais, simulações e problemas estratégicos que aproximam o aprendizado das decisões do dia a dia.

Inteligência de Mercado serve para qualquer setor?

Sim. O modelo de decisão pode ser aplicado em diferentes setores, sempre orientando escolhas estratégicas com base em mercado, dados e contexto competitivo.



As barreiras ficam para trás. Você vai à frente.

Aqui é o lugar em que você precisa
estar para ser referência.

TECH

MARKETING

SALES

