

Presença de peso na sala de aula



IBOPE e ESPM oferecem curso de pós-graduação em Inteligência de Mercado que prepara profissionais para atuarem de maneira estratégica diante dos novos desafios do mercado



Marcelo Coutinho

“As empresas necessitam de pessoas que sejam capazes não só de prospectar dados, mas também de interpretá-los no contexto do negócio do cliente”

O empreendedorismo do IBOPE acaba de consolidar mais uma parceria relevante no campo educacional com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). As duas instituições reuniram o melhor da experiência de ambas e criaram o curso de pós-graduação *tatu sensu* (especialização) em Inteligência de Mercado.

A primeira turma teve início no mês de março. Segundo o coordenador acadêmico da pós-graduação da ESPM e professor coordenador do curso, Renato Borgheresi, **o programa foi elaborado a partir das competências mais desejadas pelas empresas para um profissional que atua no suporte às decisões do negócio.** "Queremos capacitar os alunos a buscarem informações que sejam relevantes para o mercado e tenham aplicação estratégica para as empresas", afirma.

A pós-graduação em Inteligência de Mercado é dirigida a profissionais de qualquer formação acadêmica que desejem especializar-se em análises de informações de mercado.

O INÍCIO

O curso surgiu da necessidade de readequação da pós-graduação em pesquisa, também fruto da parceria entre IBOPE e ESPM, às necessidades do mercado. Nesse sentido, foi realizado um levantamento em empresas de médio e grande porte, *headhunters* e anúncios de empregos para cargos gerenciais, com o objetivo de conhecer o perfil desejado do profissional que atua em áreas estratégicas. "A partir desse estudo, percebemos que uma das principais lacunas do mercado é o profissional que tenha capacidade de raciocinar estrategicamente", explica Borgheresi.

Para Marcelo Coutinho, diretor de análise e planejamento de mercado do IBOPE, que está à frente deste projeto, um dos motivos que levam a essa brecha entre a demanda e a oferta de profissionais é o da alta complexidade do mundo dos negócios. **"No contexto atual, as empresas necessitam de pessoas que sejam capazes não só de prospectar dados, mas também de interpretá-los no contexto do negócio do cliente"**, explica.

“ Vamos usar cases que simulam situações de negócios ”



Aurora Yasuda

TRANSFORMANDO A INFORMAÇÃO

Numa realidade em que há inúmeras possibilidades de acesso à informação, IBOPE e ESPM apostaram na transformação dessas informações em inteligência competitiva. "Vamos proporcionar ao aluno capacidade analítica para trabalhar a enorme massa de informações geradas por meio de pesquisas de mercado (dados primários) aliadas a dados secundários disponíveis e transformar isso em vantagem competitiva", explica Aurora Yasuda, diretora de desenvolvimento de negócios da Millward Brown Brasil e coordenadora técnica do programa prático.

Para que isso aconteça, **todos os profissionais do IBOPE envolvidos no projeto usam a experiência de várias áreas da empresa para oferecer aos alunos o conhecimento necessário para qualificar e interpretar informações e, finalmente, transformá-las em vantagem competitiva.**

Além da alta qualidade acadêmica proporcionada pela ESPM, a prática é garantida em sala de aula pelos profissionais do IBOPE, que também desempenham o papel de professores. "Vamos usar cases que simulam situações de negócios que representam os desafios mais comuns no ambiente empresarial como uma fonte de

aprendizado e exercício da capacidade analítica", explica Aurora. Ainda segundo a executiva, a prática oferece aprendizado e conhecimento que não se adquire somente em sala de aula. "Essa é a forma de a empresa colocar à disposição do mercado todo o conhecimento que ela gera no dia-a-dia, a grande *expertise* do IBOPE", completa.

A dinâmica prática do curso, principal filosofia dos cursos de extensão da ESPM, também é assegurada com a inserção de disciplinas que abordam temas da atualidade, como tecnologia da informação e o uso da internet. Segundo Borgheresi, uma das formas que a ESPM encontrou para levar a dinâmica do mercado para a sala de aula foi alterar, periodicamente, o conteúdo da matéria *Tópicos Avançados de Inteligência de Mercado*. "A cada semestre, levaremos o que há de mais emergente no mercado", diz.

O resultado dessa parceria já demonstra bons resultados. Segundo Marcelo Coutinho, ela tem sido altamente satisfatória, não somente para os profissionais das duas instituições, que desenvolvem novos ângulos e pontos de vista para refletir sobre os problemas dos seus clientes, mas também para o mercado em geral. 📌

“ Queremos capacitar os alunos a buscar informações que sejam relevantes para o mercado ”



Renato Borgheresi

Formação executiva

A parceria com a ESPM é apenas o começo de um novo projeto do IBOPE. Com mais de 65 anos de experiência na captação e na análise das demandas dos cidadãos e consumidores, a empresa acredita ter condições de contribuir para o aumento da competitividade do capital intelectual do país, por meio do desenvolvimento de iniciativas de educação executiva em parceria com instituições educacionais de ponta.

O projeto leva em conta a *expertise* do IBOPE não só no desenvolvimento de sistemas apurados de coleta de dados, como também na formação de um vasto capital humano, capaz de refinar essas informações e auxiliar nas decisões de negócio e investimento. "A empresa vai colocar este capital à disposição de clientes e organizações para colaborar no desenvolvimento de profissionais capazes de enfrentar os enormes desafios e aproveitar as oportunidades que o Brasil tem adiante", conclui Marcelo Coutinho.

