

**DISCIPLINA:** Usuários/clientes da Informação      **CÓDIGO:** SIN006  
**DEPARTAMENTO:** Ciência e Gestão da Informação      **CURSO:** Gestão da Informação  
Válido para o ano de: 2006    ( ) 1º Sem    (X) 2º Sem    Aulas: 45 teóricas  
Carga Horária Semanal: 03 h/s      Créditos: 03    Turma: A  
Pré-requisito: não tem      Co-requisito: não tem

**EMENTA:** Estudo e análise de atitudes e comportamentos de pessoas e grupos frente a busca de informação.

**OBJETIVOS:** Ao final da Disciplina os participantes deverão ter:

1. Conhecimento - técnicas e métodos de pesquisa de identificação do usuário/cliente;
2. Habilidade - modelagem de cenários que busquem saber os desejos dos cliente;
3. Atitude – despertar a importância estratégica do estudo do usuário/cliente no desenvolvimento de produtos/serviços de informação;
4. Competência – usar subsídios teóricos necessários ao atendimento das necessidades reais do usuário/cliente na resolução de situações-problema de informação.

**PROGRAMA :**

1. O contexto profissional e tecnológico da informação, do cliente e do mercado  
. Globalização e usuário/cliente – comportamento; tipos, papéis dos clientes; percepção, motivação, atitudes
2. Determinantes do comportamento do usuário/cliente  
. variáveis demográficas: aspectos cognitivos, fisiológicos, psicológicos, culturais, ambientais e demográficos para a tomada de decisão
3. A informação com foco no cliente/usuário; como criar e conquistar novos clientes/usuários?  
. segmentação e diferenciação de mercado;  
. metodologias e técnicas de pesquisa; instrumento de investigação; aplicação e análise de dados; pesquisa quali X quantitativa;
4. Projeto de pesquisa para o estudo de usuários/clientes

**METODOLOGIA**

Aulas expositivas/interativas para troca de conhecimentos entre os pares. Uso do laboratório para pesquisa e desenvolvimento de projetos. Estudo de casos, exercícios, textos complementares.

**AVALIAÇÃO - Considerar-se-á os seguintes critérios:**

1. Atividade individual – obtenção de conhecimentos, pontualidade, participação, interesse e frequência nas aulas;
2. Atividade em grupo – pontualidade, apresentações - desenvolvimento, criatividade e utilização de recursos produzidos, desenvoltura e domínio do tema;
3. Utilização de normas para realização dos trabalhos – coerência de objetivos, desenvolvimento e discussão do tema, bibliografia pertinente

## BIBLIOGRAFIA:

BEUREN, I. M. **Gerenciamento da informação**: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

DIAS, S. R. (Coord.) **Marketing**: estratégia e valor. São Paulo: Saraiva, 2006. Cap.9, 10.

FIGUEIREDO, N. M. de. **Paradigmas modernos da ciência da informação**. São Paulo: Polis: APB, 1999. Cap. 1, item 1.3; Cap. 4, item 4.2

GIANASI, I. G. N.; CORRÊA, H. L. **Administração estratégica de serviços**: operações para a satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 1994. Cap.4, 5, 9.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998.

ROCHA, A. da. **Empresas e clientes**: um ensaio sobre valores e relacionamentos no Brasil. São Paulo: Atlas, 2000. Cap.6, 7

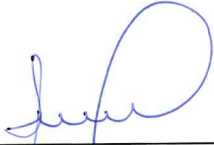
SHETH, J.N. MITTAL, B.; NEWMAN, B.I. **Comportamento do cliente**: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001. 795p.

SIQUEIRA, A. C. B. de. **Marketing empresarial, industrial e de serviços**. São Paulo: Saraiva, 2005. Cap. 4, 5, 6.

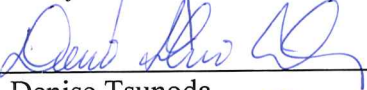
STONE, M.; WOODCOCK, N. **Marketing de relacionamento**. São Paulo: Littera Mundi, 1998. Cap. 1, 2, 5, 6.

## ASSINATURAS:


Professor responsável:

  
\_\_\_\_\_  
Suely Ferreira da Silva

Coordenador do Curso:

  
\_\_\_\_\_  
Denise Tsunoda

Chefe de Departamento:

  
\_\_\_\_\_  
Helena de Fátima Nunes Silva  
Prof. Dr. Helena de Fátima Nunes Silva  
Chefe do Departamento de Ciência e  
Gestão da Informação - UFR  
Matr. 103349