

PLANO DE ENSINO
Ficha nº 2

Disciplina: Serviços de Informação

Código: SIN 010

Departamento ministrante: Ciência e Gestão da Informação

Curso: Gestão da Informação

Válido para o ano de: 2005

(x) 1º semestre () 2º semestre

Carga horária semanal: 3 horas

Créditos: 03

Aulas: 3 teóricas práticas

estágio

Total: 45 horas

Turma(s): A

Horário(s): Terça-feira - 7:30 – 10:30

Pré-requisitos: não tem

Co-requisitos: não tem

Nome do Professor responsável: Prof. José Simão de Paula Pinto

EMENTA:

Tipologia, estruturação e aspectos gerenciais de serviços de informação centrados no usuário / cliente.

PROGRAMA (ITENS DE CADA UNIDADE DIDÁTICA):

- Conceitos e definições
- Modelos de aplicações em serviços
- Serviços e economia
- *Marketing* em serviços
- Serviços eletrônicos
- Valor e preços em serviços
- Segurança de informações
- Formulação de estratégias
- Plano de negócios simplificado
- Avaliação de efetividade e controle de qualidade em serviços

OBJETIVOS (COMPETÊNCIAS DO ALUNO):

GERAL:

Compreender serviços e sua participação nas economias globais, com foco na identificação de oportunidades, necessidades e características específicas de serviços de informação.

ESPECÍFICOS:

Discutir a importância do mercado de serviços na economia globalizada, com especial ênfase aos serviços de informação.

Avaliar a utilização de estratégias e técnicas de *marketing* no mercado de serviços de informação.

Identificar uma necessidade de serviço de informação e propor um plano para a implementação de um serviço ou produto que satisfaça aquela necessidade.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS:

Aulas teóricas expositivas e debates em relação aos aspectos teóricos.

Leitura e crítica de textos e sítios da *Internet*, dinâmicas e debates em sala de aula.

Elaboração de projeto.

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

Será realizada uma prova com valor de 100 pontos, apresentação de trabalhos e exercícios, em classe e extra-classe com valor total de 100 pontos, e apresentação / defesa de um projeto também com valor de 100 pontos.

A média será obtida por meio da média aritmética dos pontos obtidos pelo acadêmico em cada uma das etapas.

Frequência obrigatória de 75%.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (incluir "Livro Básico" da disciplina):


- [1] (livro básico) LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços, marketing e gestão. Com casos na Internet.** São Paulo : Saraiva, 2004.
- [2] TSCHOHL, John. **e-service. Devore ou seja devorado.** São Paulo : Makron, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- [3] SOLOMON, Michael R.; STUART, Elnora W. **Marketing: Real people, real choices.** New Jersey : Prentice Hall, 2000.
- [4] GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique Luiz. **Administração estratégica de serviços : operações para a satisfação do cliente.** São Paulo : Atlas, 1994.
- [5] WEITZEN, H. Skip. **O Poder da Informação : como transformar a informação que você domina em um negócio lucrativo.** São Paulo : Makron, McGraw-Hill, 1991.
- [6] SHAPIRO, Carl, VARIAN, Hal R. **A Economia da informação : como os princípios econômicos se aplicam à era da Internet.** Rio de Janeiro : Campus, 1999.
- [7] MCGEE, James, PRUSAK, Laurence. **Gerenciamento estratégico da informação.** Rio de Janeiro : Campus, 1994.

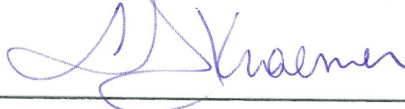
Assinaturas:

Professor responsável:



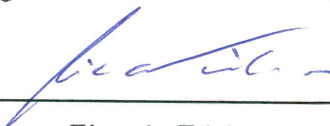
José Simão de Paula Pinto

Coordenador do Curso:



Lígia Leindorf Bartz Kraemer

Chefe do Departamento:



Ricardo Triska