

PLANO DE ENSINO
Ficha nº 2

Disciplina: **SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO**

Código: **SIN010**

Departamento ministrante: **Ciência e Gestão da Informação**

Curso: **Gestão da Informação**

Válido para o ano de: **2006**

() 1º semestre

() 2º semestre

Carga horária semanal: **03 horas**

Créditos: 03

Aulas: **45 teóricas**

Total: 45 horas

Turma(s): **A**

Horário(s): 3ª feira – 09:30 às 12:30

Pré-requisitos: **não tem**

Co-requisitos: **não tem**

EMENTA:

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

Programa (itens de cada unidade didática):

A – Teoria

I – Conceitos, definições, modelos, aplicações de serviços, marketing e informação

II – Marketing em serviços

III – Segurança de informações

IV – Serviços eletrônicos

V – Preços e valor em serviços

B – Prática

I – Formulação de estratégias e plano de negócios simplificado

C – Trabalho

I – Projeto de serviço de informação

Objetivos (competências do aluno):

1. Compreender serviços e serviços de informação.
2. Noções de marketing de serviços.
3. Noções de projetos de serviços de informação: análise e planejamento, estratégia, custos, marketing.

Procedimentos didáticos:

Aulas expositivas; exercícios e trabalhos práticos em aula e extra-classe; leitura e compreensão de textos.

Formas de avaliação:

2 provas teóricas e 1 projeto.

Média: [(Prova1*30% + Prova2*30% + Projeto*40%) * (Percentual de Frequência)]

(obrigatório mínimo de 75% de frequência)

Bibliografia básica:

- [1] LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços, marketing e gestão**. Com casos na Internet. São Paulo: Saraiva, 2004.
[2] SAINT CLAIR, Guy. **Customer service in the information environment**. London: Bowker-Saur, 1993.

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.
[8] TSCHOHL, John. **e-service**. Devore ou seja devorado. São Paulo : Makron, 2001.

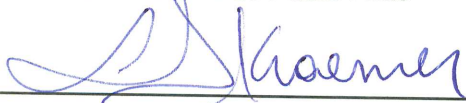
Assinaturas:

Professor responsável:



José Simão de Paula Pinto

Coordenador do Curso:



Lígia Leindorf Bartz Kraemer

Chefe do Departamento:



Helena de Fátima Nunes Silva