

**PLANO DE ENSINO**  
**Ficha nº 2**

---

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão da Informação -

Código: SIN052

Departamento ministrante: Ciência e Gestão da Informação

Curso: Gestão da Informação

Válido para o ano de: 2007

( ) 1º semestre

( X ) 2º semestre

Carga horária semanal: 03 horas

Aluas: 15 teóricas

30 práticas

00 estágio

Créditos: 03

Total: 45

Turma(s): A

Horário(s): 7:30 às 10:20

Pré-requisitos: não têm

Co-requisitos: não têm

**EMENTA**

Estudos e aplicações da gestão da informação.

**OBJETIVOS**

Capacitar os alunos para a elaboração e planejamento do projeto do produto (informacional e conceitual), através do detalhamento do seu escopo, atividades, tempos, entre outros.

Ao final do curso os participantes terão:

Conhecimento - para gerenciar e desenvolver novos produtos informacionais.

Habilidade - para ingressar no mercado e crescer na vida profissional; ser capaz de ocupar os espaços existentes e não explorados no campo da informação quer seja impressa ou digital; reconhecer quais as novas competências exigidas pelo mercado; projetar e disponibilizar novos produtos digitais.

Atitude - despertar para as novas oportunidades de produtos e negócios que surgem na mídia eletrônica com ética profissional no desenvolvimento de projetos empresariais.

Competência - projetar e planejar novos projetos e produtos; desenhar e redigir conteúdo.

**PROGRAMA**

1. Produto
  - 1.1. Geração de Idéias e Processo criativo no desenvolvimento de produtos
  - 1.2. Conceito de produto e tipos de produtos de informação
2. Gestão do Processo e Desenvolvimento de Produto
  - 2.1. Importância, papel, características e tipos de PDP
  - 2.2. Escopo, gestão, arranjos organizacionais e fatores de gestão
3. Modelo Unificado do PDP
  - 3.1. Visão geral do modelo
  - 3.2. Definição de papéis das pessoas envolvidas
  - 3.3. Fases de um projeto de um produto
  - 3.4. Indicadores e Gestão do conhecimento em PDP
4. Planejamento de Projeto de Produtos Informacionais
  - 4.1. Projeto informacional
  - 4.2. Projeto conceitual
  - 4.3. Projeto detalhado
  - 4.4. Análise do ciclo de vida do produto

**METODOLOGIA**

Baseada em aulas expositivas interativas para troca de conhecimentos entre os pares. Uso do laboratório de informática para pesquisa e desenvolvimento de projeto.

O conteúdo programático é atual e faz uso dos novos conceitos à luz da realidade vivenciada na prática.

A disciplina assume um carácter essencialmente prático, com exemplos, *links* e estudos de casos que mostram a situação efetiva de aplicação de conceitos e técnicas de gestão da informação aplicada a novos produtos.

Material de apoio - O material de apoio para o estudo individual constará de exercícios, atividades e textos complementares combinados com outros recursos multimeios (reportagens de jornais, artigos, Internet, TV, vídeo.), de forma que favoreça as diferenças individuais e condições espaço-temporal do aluno.

Uso da Internet: A base da disciplina passa pelo estímulo no uso da Internet como meio da distribuição e acesso de informações em páginas na WEB e pela comunicação constante por meio de lista de discussão entre os participantes (alunos e professor).

Recursos: Serão utilizados como recursos de ensino: quadro-branco, retroprojeter e transparências, projetor multimídia, computador, software específico, páginas WEB, ferramentas de comunicação na Internet e outros que serão agregados à especificidade de conteúdo, como plantas, mapas, cópias de projetos, etc.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ROZENFELD, H et al. Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006.

WURMAN, R. Ansiedade de Informação. São Paulo: Cultura, 1991.

IRIGARAY, H. A. et al. Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BAXTER, M. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. Tradução: Itiro Iida. 2. ed. rev. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

FRANCO JR., C. F. E-Business: Tecnologia de Informação e Negócios na Internet. – São Paulo: Atlas, 2001.

KOTLER, P. Marketing para o Século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.

LAASER, W. et al. Manual de criação e elaboração de materiais para educação a distância. Tradução de: Handbook for designing and writing distance education materials. Brasília: CEAD; Editora Universidade de Brasília, 1997. p.189. ISBN: 85.86290-01-7.

TEXEIRA FILHO, J. Comércio Eletrônico. Rio de Janeiro: SENAC, 2001

TORRES, G.; COZER, A. Alavancando negócios na Internet. Rio de Janeiro: Axcel, 2000.

TURBAN, E. king, D. Comércio eletrônico: Estratégia e Gestão. – São Paulo: Prentice Hall, 2004.

### **AVALIAÇÃO**

Atividade Individual/grupo: nas aulas serão propostas atividades na forma de exercícios práticos simulados ou investigação de situações reais (casos) que ilustrem os conceitos abordados e discutidos em aula. Estudos dirigidos com material atual da mídia escrita (jornais e revistas) e Internet.

Haverá um trabalho em equipe construído em sala que constará de um PLANO DE NEGÓCIO E UM PROJETO DE SITE PARA EMPRESA VIRTUAL

Durante o curso, o processo de avaliação de aprendizagem considera os seguintes critérios:

1. obtenção de conhecimentos adquiridos individualmente pela participação, interesse e frequência nas aulas – atividades individuais (**frequência para aprovação 75%**);
2. o tratamento do texto, nas atividades em grupo e individuais, deverá seguir todas as normas de trabalho científico e ter: coerência de objetivos com o tema solicitado; desenvolvimento e discussão do tema; e indicativo de bibliografia (considerada atual – últimos 5 anos).
3. a avaliação escrita será pré-marcada, mas poderá acontecer em qualquer encontro e solicitará conhecimentos já explicados anteriormente.

#### **Note bem:**

1. **A postura do aluno no laboratório de informática contará pontos na avaliação de aprendizagem.**
2. Durante as **avaliações individuais: as conversas laterais**, a "cola" (transferência de papéis, uso de celulares ou outros instrumentos de pesquisa não autorizada) será considerada como falta de ética profissional, **passível de advertência e repreensão, seguida de anulação parcial ou total da prova.**

#### **Assinaturas:**

Professor responsável:

  
\_\_\_\_\_  
Maria do Carmo Duarte Freitas

Coordenador do Curso:

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

Chefe do Departamento:

  
\_\_\_\_\_  
Helena de Fátima Nunes Silva