

PLANO DE ENSINO

Ficha nº 2

Disciplina: Demanda da informação

Código: SIN 111

Departamento ministrante: Ciência e Gestão da Informação

Curso: Gestão da Informação

Válido para o ano de: 2008

(.) 1º semestre

(X) 2º semestre

Carga horária semanal: 04 horas-aula

Créditos: 4

Aulas: 30 teóricas

30 práticas

Total: 60 horas-aula

Turma(s): A

Horário(s): 5ª e 6ª feira – 10:30 – 12:30

Pré-requisitos: SIN 123

Co-requisitos: SIN 021

Nome do Professor responsável: Maria do Carmo Duarte Freitas

Monitoria: Bruno Fernandes de Oliveira (Bolsista CAPES)

EMENTA: Fontes de informação formais e informais. Estudos quantitativos e qualitativos do comportamento dos usuários/clientes de informação para identificação de demanda da informação.

OBJETIVOS:

Ao final do curso os participantes terão:

Conhecimento – sobre as técnicas e métodos de pesquisa de identificação do usuário/cliente.

Habilidade – modelagem de cenários que busquem saber os desejos dos usuários/clientes.

Atitude – despertar à importância estratégica do estudo do usuário/cliente no desenvolvimento de produtos e serviços de informação.

Competência – usar os subsídios teóricos necessários ao atendimento das necessidades reais do usuário/cliente na resolução de situações-problema de informação.

PROGRAMA:

- 1) A demanda/oferta/valor da informação
 - a. Fontes de informação: evolução e conceito.
 - b. Ciclo da informação (acesso e de uso da informação).
 - c. Fluxo da informação: administração, organização, disseminação, recuperação, acesso e uso de fontes de informação.
- 2) O contexto profissional, tecnológico e mercadológico da informação
 - a. Usuário: Identificação das necessidades de informação
 - b. O estudo do comportamento do cliente/usuário
 - c. Aspectos cognitivos para tomada de decisão;
 - d. Aspectos fisiológicos e psicológicos;
 - e. Aspectos culturais, ambientais e demográficos.
- 3) A informação para tomada de decisão - foco no cliente/usuário
 - a. Metodologias e técnicas;
 - b. Instrumento de Investigação
 - c. Aplicação e análise de Dados
 - d. Projeto de pesquisa para o estudo de usuários/clientes
- 4) O cliente/usuário e a informação on-line
 - a. Quem é o usuário da informação na Internet?
 - b. Adventos da "quantidade" de informações.
 - c. Qual o futuro da informação?
 - d. Como criar e conquistar novos clientes/usuários?
 - e. Seleção de mensagem e Negociação em projeto informacional.

METODOLOGIA

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

Propondo atualizar os conhecimentos já adquiridos e transformá-los de uso prático ocasionando mudanças na formação profissional de administração. O conteúdo programático é atual e faz uso dos novos conceitos à luz das atuais pesquisas práticas no setor pela comunidade científica. Estes trazidos em caráter informativo, estimulando a participação, análise e auto-aprimoramento.

Pretende-se, assim, que o curso assuma um caráter essencialmente prático, com exemplos, *links* e estudos de casos que mostrem a situação efetiva de aplicação de conceitos e técnicas de administração de materiais.

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, etc.), de forma que favoreça as diferenças individuais e condições espaço-temporal do aluno.

Indicação de texto para estimular o aluno a leitura, interpretação e correlação com a teoria da disciplina incluindo livros específicos, artigos publicados em revistas técnico-científicas e anais de congressos, além de estudos de casos e artigos disponíveis nas páginas da WEB.

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, retroprojetor e transparências, projetor multimídia, computador, software específico, AVA-Moodle, páginas WEB, ferramentas de comunicação na Internet e outros que serão agregados à especificidade de conteúdo, como plantas, mapas, cópias de projetos, etc.

BIBLIOGRAFIA

BEUREN, ILSE M. Gerenciamento da Informação um Recurso Estratégico no processo de Gestão empresarial. – 2a ed. São Paulo. Atlas, 2000.

CAMPELLO, Bernardete Santos; CENDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite (orgs.). Fontes de informação para pesquisadores e profissionais. Belo Horizonte : Ed. UFMG, 2003.

CHOO, Chun Wei. A organização do conhecimento. São Paulo : SENAC, 2003.

CÓRTEZ, P. L.; ROSOCHANSKY, M. Webmarketing – Estabelecendo vantagens competitivas na Internet. São Paulo: Érica, 2001.

DANTE, G.P. Gestion de informacion em lãs organizaciones. 1ª. Ed. Universidad de Chile, 1998.

DUMONT, L.M.M., O não-usuário de serviços de informação, este ilustre desconhecido, in: Anais do 2o Congresso Latino-americano de Biblioteconomia e Documentação, Belo Horizonte, 1994.

FERREIRA, S.M.S.P., Novos paradigmas da informação e novas percepções do usuário, in: Ci. Inf., Brasília, v.25, n.2, p.217-223, maio/agosto 1996.

FIGUEIREDO, N. M. de Paradigmas modernos da ciência da informação. São Paulo : Polis Editora APB, 1999.

GIANNASI-KAIMEN, M.J., CARELLI, A. E. Recursos Informacionais para compartilhamento da informação. 1ª. Ed. Rio de Janeiro, e-paper, 2007.

KOTLER, P. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. – 5a ed. São Paulo: Atlas, 1998.

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

LE COADIC, Y. A Ciência da Informação. Trad. Maria Yêda F.S. de Filgueiras Gomes. Brasília – DF: Briquet de Lemos, 1996.

LIMEIRA, T. M. V. E-marketing – o marketing na internet com casos brasileiros. São Paulo – Saraiva, 2003.

Wilson, T.D. & Walsh, C. (1996). Information behaviour: an inter-disciplinary perspective. Report to British Library Research and Innovation Centre. London: British Library Board. (Report 10) Retrieved 13 June, 2008 from <http://informationr.net/tdw/publ/infbehav/> (Archived by WebCite® at <http://www.webcitation.org/5YYK9sZSE>).

OLIVEIRA, W. J. CRM & e-business. Florianópolis: Bookstore, 2000.

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.

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;
2. nas apresentações das atividades em grupo, se considera desenvolvimento e utilização adequada dos recursos didáticos, qualidade dos recursos produzidos, criatividade na correlação teoria com a prática, desenvoltura, domínio do tema;
3. 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).
4. 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 papeis, uso de celulares ou outros instrumentos de pesquisa não autorizada) será considerado 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

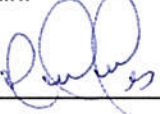
Coordenador do Curso:



Edelvino Razzolini

Prof. Dr. Edelvino Razzolini Filho
Depto. de Ciência e Gestão da Informação - UFPR
Matricula 200.114

Chefe do Departamento:



Helena de Fátima Nunes
Prof.^a Dr.^a Helena de Fátima Nunes Silva
Chefe do Departamento de Ciência e
Gestão da Informação - UFPR
Matr. 103349