

FICHA Nº 2 (variável)

Disciplina: Produtos e Serviços de Informação (PSI)		Código: SIN112
Natureza: (X) obrigatória () optativa		Semestral (X) Anual () Modular ()
Pré-requisito:		Co-requisito:
Modalidade: (X) Presencial () EaD (X) 20% EaD		
C.H. Semestral / Anual / Modular Total: 60		
C.H. Semanal (Conforme Resolução 15/10-CEPE): Padrão: 60 Laboratório: 00 Campo: 00 Estágio: 00 Orientação: 00		
EMENTA (Unidades Didáticas) Planejamento e projeto de serviços e/ou produtos de informação/comunicação.		
PROGRAMA (itens de cada unidade didática) 1. Geração de Idéias 1.1. Criatividade no desenvolvimento de produtos e serviços 1.2. Produtos e Serviços – Casos Práticos 2. Produto e Serviço 2.1. Conceito de produto e tipos de produtos de informação 2.2. Conceito, características, tipologias e elementos dos serviços 2.3. A gestão de serviços e a importância dos recursos humanos em serviços. 2.4. Expectativas, percepções dos clientes/consumidores e tendências em serviços (e-service) 3. Gestão do Processo de Desenvolvimento de Produtos 3.1. Planejamento operacional de produtos e serviços 3.2. Importância, papel, características e tipos de PDP 3.3. Escopo, gestão, arranjos organizacionais e fatores de gestão 4. Modelo Unificado do PDP 4.1. Visão geral do modelo 4.2. Definição de papéis das pessoas envolvidas 4.3. Fases de um projeto de um produto 4.4. Indicadores e Gestão do conhecimento em PDP 5. Planejamento de Projeto de Produtos Informacionais 5.1. Projeto informacional 5.2. Projeto conceitual 5.3. Projeto detalhado 5.4. Análise do ciclo de vida do produto		
OBJETIVO GERAL Capacitar os alunos para a elaboração e planejamento do projeto de serviço e produto (informacional e conceitual), com detalhamento do escopo, atividades, tempos, entre outros. Ao final do curso os participantes terão: <u>Conhecimento</u> – para gerenciar e desenvolver novos produtos e serviços informacionais. <u>Habilidade</u> – 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; <u>Atitude</u> – despertar para as novas oportunidades de produtos e negócios que surgem na mídia		



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Departamento de Ciência e Gestão da Informação



eletrônica com ética profissional no desenvolvimento de projetos empresariais (e-service).
Competência – reconhecer quais as novas competências exigidas pelo mercado; projetar e planejar novos projetos de serviços ou produtos; desenhar e redigir conteúdo.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão expositivas interativas para troca de conhecimentos entre os pares, sendo que eventualmente poderá ocorrer uma aula a distância ou de pesquisa em campo com carga não superior a 20% da disciplina. Uso do laboratório de informática para pesquisa e desenvolvimento de projeto, avaliações individuais.

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

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

FORMAS DE 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 PROJETO DE PRODUTO OU SERVIÇO DE INFORMAÇÃO.

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 reprovação, seguida de anulação parcial ou total da prova.**

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (3 TÍTULOS):

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

FITZSIMMONS, J.A., FITZSIMMONS, M.J. **Administração de Serviços.** São Paulo: Bookmam, 2005. ISBN: 8536304855

MORETTI, V.V. **Processo de desenvolvimento de produto aplicado a produto de informação.** Curitiba: Trabalho de Conclusão de Curso DECIGI/UFPR, 2010 (disponível MOODLE).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (2 TÍTULOS):

ACADEMIA PEARSON. **Criatividade e Inovação,** são Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

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

Curitiba, 29 de outubro de 2012

Professor da Disciplina: MARIA DO CARMO DUARTE FREITAS
Assinatura:



Chefe de Departamento: LIGIA LEINDORF BARTZ KRAEMER
Assinatura: