

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Departamento de Ciência e Gestão da Informação
Prof. Dr. Edelvino Razzolini Filho
Disciplina: SIN 123 – Informação e Marketing



DISCIPLINA INFORMAÇÃO E MARKETING
CÓDIGO SIN123
DEPARTAMENTO Ciência e Gestão da Informação - DECIGI
CURSO Gestão da Informação
CARGA HORÁRIA 60 horas (30 Teóricas + 30 Práticas) **CRÉDITOS:** 04 (quatro)
VÁLIDO PARA O ANO: 2014 / 1º sem
TURMA: A Horário(s): 3ª feira – 7:30 – 11:30

EMENTA: Conceitos, métodos e estratégias do marketing tradicional e do marketing digital. Tecnologias associadas ao marketing e sua aplicação no planejamento e desenvolvimento de produtos e serviços de informação.

1. OBJETIVOS DA DISCIPLINA

Geral

- Desenvolver habilidades e conhecimentos sobre o Marketing, com foco na informação, a partir da ênfase na criação de produtos e atendimento aos desejos, necessidades e expectativas dos clientes.

Específicos

- Compreender os conceitos básicos e características do Marketing;
- Monitorar ambiente para identificar e aproveitar oportunidades que surgem no mercado;
- Obter visão Geral do Sistema de Marketing, com ênfase no SIM – Sistema de Informações de Marketing;
- Reconhecer tecnologias aplicadas ao Marketing;
- Saber explorar as etapas do planejamento e do desenvolvimento de marcas, produtos e serviços de informação;
- Definir e desenvolver ações de Marketing com foco no cliente;
- Explorar os canais tradicionais e os novos ambientes digitais para a entrega da informação;
- Compreender a importância e os principais conceitos da comunicação de Marketing.

2. PÚBLICO ALVO

Alunos do Curso de Graduação em Gestão da Informação

3. METODOLOGIA

Aulas, teórico práticas, expositivo dialogadas onde o professor expõe o tema do programa e discute com os alunos, leitura de textos selecionados com orientação e acompanhamento do professor, exercícios e atividades em grupo e individuais, estudos de casos, preparação de seminários para apresentação em sala de aula, e provas de avaliação.

4. PROGRAMA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Departamento de Ciência e Gestão da Informação
Prof. Dr. Edelvino Razzolini Filho
Disciplina: SIN 123 – Informação e Marketing



- O Escopo do Marketing; Marketing da Informação; Estratégias e planos de Marketing; Marketing do produto informacional.
- Captura de oportunidades de Marketing.
- Sistemas de informação de Marketing; Tecnologias de informação e comunicação aplicadas ao Marketing; Marketing da informação e a Internet; Registros internos e de Inteligência do Marketing.
- Pesquisas de Marketing.
- Orientações da empresa: mercado e cliente; Serviços aos clientes; Gestão do Relacionamento com o cliente.
- Mercados consumidor e organizacional; Identificação e segmentação de mercados.
- Desenvolvimento de marcas; Concorrência e competitividade; Marketing e inteligência competitiva.
- Desenvolvimento de produto; O produto informacional; Estabelecimento do preço.
 - Canais de Marketing.
 - Comunicação de Marketing.

Obs.: 04 horas reservadas para as provas avaliativas

5. RECURSOS

Quadro-de-giz, Multimídia, Sala virtual no ambiente MOODLE, estudos de casos dirigidos.

6. AVALIAÇÃO

Uma ou duas provas (P1, P2) valendo 100 (cem) pontos cada uma; e os trabalhos valendo 100(cem) pontos no total (T). Em cada bimestre será realizado um trabalho (com peso de 30%) e uma prova (com peso de 70%), a nota de cada bimestre integrará a nota final. Desta forma, o cálculo do conceito final está apresentado a seguir:

$$\text{Conceito} = \frac{N1+N2}{2}$$

Obs.: Os trabalhos no decorrer das aulas serão elaborados de forma individual ou em grupos com a finalidade de avaliar os conhecimentos adquiridos pelos alunos. Os trabalhos serão: uma aplicação prática, exercícios complementares, discussão, defesa do trabalho e outros (daí a divisão por “n”, em função do número de trabalhos desenvolvidos no período).

7. BIBLIOGRAFIA

Básica:

KOTLER, P. KELLER, K. **Administração de Marketing**, 12ª. Edição, São Paulo: Pearson – Prentice Hall, 2006.

AMARAL, S. **Marketing da informação na Internet: ações de promoção**. 1ª. Edição, Campo Grande: editora UNIDERP, 2004.

AMARAL, S. (organizadora) **Marketing na ciência da informação**. Brasília, Ed. UNB, 2007.

Complementar:

GREWAL, Dhruv; LEVY, Michael. **Marketing**. 2ª. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

RAZZOLINI FILHO, E. **Gerência de Serviços para a gestão comercial: um enfoque prático**. Curitiba: Ibpex, 2010.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Departamento de Ciência e Gestão da Informação
Prof. Dr. Edelvino Razzolini Filho
Disciplina: SIN 123 – Informação e Marketing




RAZZOLINI FILHO, E. **Gerência de Produtos para a gestão comercial**: um enfoque prático.
Curitiba: IbpeX, 2010.

Serão indicados artigos e outros textos que serão informados aos alunos ao longo do semestre.

Assinaturas:

Professor Responsável:


Prof. Dr. Edelvino Razzolini Filho

Coordenador de Curso:


Prof. Dr. Newton Correa de Castilho Junior

Chefe de Departamento:


Profª. MsC. Lígia Leindorf Bartz Kraemer