



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

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Inteligência competitiva e Redes de informação		Código: SIN224					
Professor responsável: Marcia Regina Martelozo Cassitas Hino		Período de oferta: 18/10/2022 até 14/02/2023					
Natureza: () Obrigatória (x) Optativa	(<input type="checkbox"/>) Semestral (<input type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>) Modular Vagas: 50						
Pré-requisito: não há	Co-requisito: não há	Modalidade: (<input type="checkbox"/>) Totalmente Presencial (<input type="checkbox"/>) Totalmente EAD (<input checked="" type="checkbox"/>) Parcialmente EAD: 20% CH - 9h					
CH Total: 45h CH Semanal: 3h Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB):	Campo (CP): 15	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (E)
Exame final da disciplina: Dia 28/02/2023. Das 07h30 às 10h30. Recesso: entre 26/12/2022 e 14/01/2023. Carnaval 2023: previsto para 20, 21 e 22/02/2023 (quarta-feira). Feriados e outras datas previstas (conforme PORTARIA ME Nº 14.817, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2021): 12/10, 28/10 (ponto facultativo), 02/11, 15/11 e 25/12.							
JUSTIFICATIVA PARA OFERTA NA MODALIDADE A DISTÂNCIA							
A oferta de disciplinas na modalidade a distância no Curso de Gestão da Informação está presente no Projeto Político Pedagógico (PPC) e foi aprovada conforme portarias números 280/PROGRAD e 281/PROGRAD, atendendo à distribuição de 20% da carga horária do curso, com base na LDB e Resolução nº 72/10-CEPE, com o objetivo de estimular as e os discentes no processo de aprendizagem, na busca de novas estratégias de ensino que atendam aos problemas detectados em função das dimensões Contexto, Docência e Discência.							
EMENTA Elementos teóricos e práticos dos processos de inteligência competitiva e redes de informação, para proposição de soluções de inteligência.							
PROGRAMA							

- Fundamentos de inteligência competitiva
- Redes sociais e inteligência competitiva
- Inteligência competitiva em tempos de big data
- Desafios da inteligência competitiva no ambiente brasileiro
- Inteligência competitiva em um ambiente inteligente
- Conceitos básicos de redes de informação e tecnologias para inteligência competitiva
- Fontes de informação
- Mineração de informações em redes de informação
- Gestão de dados
- Novos padrões de consumo

CRONOGRAMA

Semana	Data	Presencial / EaD	Conteúdo
1	18/10	P	Introdução e Fundamentos de inteligência competitiva
2	25/10	P	Redes de informação e inteligência competitiva
3	01/11	EaD	Inteligência competitiva na prática (estudo de caso)
4	08/11	P	Inteligência competitiva em tempos de big data
5	15/11	EaD	Feriado: Proclamação da República Atividade remota sobre desafios da inteligência competitiva no ambiente brasileiro
6	22/11	EaD	13ª SIEPE (Semana Integrada de Ensino, Pesquisa e Extensão) http://www.siepe.ufpr.br/2022/ Atividade remota sobre fontes de informação em ambiente atual e inteligente
7	29/11	P	Inteligência competitiva em um ambiente inteligente
8	06/12	P	Conceitos básicos de redes de informação
9	13/12	P	Mineração de informações em redes de informação
10	20/12	P	Mineração de informações em redes de informação
Recesso entre 26/12/2022 e 14/01/2023.			
11	17/01	P	Gestão de dados
12	24/01	P	Gestão de dados
13	31/01	P	Realinhamento de processos negociais
14	07/02	P	Revisão de conteúdo e prova
15	14/02	P	Devolutivas e dúvidas

OBJETIVO GERAL

Capacitar os alunos a suportar o desenvolvimento e consolidação de inteligência competitiva nas organizações com suporte de redes de informação e novas tecnologias.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender as mudanças de mercado, justificando práticas de inteligência competitiva.
- Refletir acerca da estruturação e consolidação de inteligência competitiva em um ambiente de redes e novas tecnologias.
- Reconhecer a necessidade da adoção de processos tecnológicos baseados nas tecnologias da informação para o acompanhamento atual e futuro de negócios e suas tendências.
- Discutir problemas da gestão de dados nos seus diversos aspectos.
- Identificar fontes de informação no ambiente atual e em um ambiente inteligente.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas teórico-práticas, expositiva e dialogada, em encontros síncronos nos quais a docente faz exposição do tema do programa e discute com os alunos.

Poderá fazer uso de vídeos do *youtube*, leitura de textos previamente selecionados, exercícios interativos e atividades práticas em grupo e individuais, bem como atividades avaliativas, com o objetivo de fixar o conteúdo da disciplina e desenvolver o senso crítico no assunto.

ATIVIDADES NÃO PRESENCIAIS

As aulas EaD serão realizadas para prática dos conhecimentos dos alunos em uma atividade integrativa do conteúdo da disciplina e para autoestudo de assuntos de menor complexidade.

Serão utilizados como recursos: sala de aula no SA e sala no ambiente virtual de aprendizagem – AVA, mais especificamente o UFPR Virtual; o Microsoft Office 365 disponível institucionalmente. Como suporte ao ensino será utilizada a infraestrutura da UFPR tais como: software (Office 365) e AVA. Em atendimento à Resolução 72/10-CEPE, serão observados os seguintes aspectos:

Sistema de Comunicação: Plataforma Moodle da UFPR, com acesso em <https://ufprvirtual.ufpr.br> e e-mail institucional da professora (marcia.hino@ufpr.br)

Tutoria: As atividades no Moodle terão a supervisão do professor da disciplina. A tutoria prevê a orientação no cumprimento das tarefas estabelecidas para cada estratégia, verificação de prazos, resposta de dúvidas e identificação de necessidades e problemas na condução da disciplina.

Material didático: No Moodle está disponível o cronograma e orientação detalhada. Além deste documento, na plataforma também estão disponíveis materiais didáticos identificados como instruções do módulo (página web interna ao Moodle); arquivos para leitura (e-books ou arquivos do tipo pdf ou links para acesso a artigos em periódicos); e vídeos (link para visualização de material audiovisual em plataformas como Youtube).

Suporte técnico: Eventuais problemas no Moodle deverão ser comunicados sempre que verificados aos professores da disciplina ou, então, ao administrador da plataforma, em <https://ufprvirtual.ufpr.br/course/view.php?id=8860>.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será baseada em uma prova e em atividades e trabalhos realizados durante o período da disciplina, sendo a prova realizada de forma presencial.

Assim, a forma de cálculo da avaliação da disciplina é:

$$\text{nota final} = \left(\frac{\text{nota da prova} + \sum(\text{notas de trabalhos})}{1 + \text{quantidade de trabalhos}} \right)$$

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- AMARAL, Fernando Introdução à ciência de dados. Mineração de dados e Big Data. São Paulo: Alta Books, 2016.
- HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 2011.
- OLIVEIRA, Paulo Henrique de; GONÇALVES, Carlos Alberto; DUARTE, Cleiton Martins. Eficiência em inteligência competitiva com aplicação da análise envoltória de dados (dea): um estudo na indústria digital. R. Intellig. Compet., São Paulo, v. 8, n. 1, p. 200-226, jan./mar. 2018. Disponível em: http://www.inteligenciacompetitivarev.com.br/ojs/index.php/rev/article/download/256/pdf_137

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- ALCARÁ, Adriana Rosecler et al. As redes sociais como instrumento estratégico para a inteligência competitiva. Transinformação, v. 18, p. 143-153, 2006. Disponível em <https://www.scielo.br/j/tinf/a/McYsCxjTnYNZHdYwCvWqCjw/?format=pdf&lang=pt>
- CAMILO, Cássio Oliveira; SILVA, João Carlos da. Mineração de dados: Conceitos, tarefas, métodos e ferramentas. Universidade Federal de Goiás (UFG), v. 1, n. 1, p. 1-29, 2009. Disponível em https://rozero.webcindario.com/disciplinas/fbmg/dm/RT-INF_001-09.pdf
- GARCIA, Adalberto Escalona Gonçalves. Inteligência competitiva: considerações sobre a prática no ambiente empresarial brasileiro. Revista Inteligência Competitiva, v. 8, n. 1, p. 127-168, 2018. Disponível em https://iberoamericanic.org/rev/article/view/250/pdf_135
- TARAPANOFF, Kira. Inteligência social e inteligência competitiva. 2004. Disponível em https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/6131/1/ARTIGO_InteligenciaSocialInteligenciaCompetitiva.pdf
- VALENTIM, Marta Lígia Pomim; DE SOUZA, Juliete Susann Ferreira. Fluxos de informação que subsidiam o processo de inteligência competitiva. Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 18, n. 38, p. 87-105, 2013. Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/147/14729735006.pdf>
- WOOTTON, Cliff. Developing quality metadata: building innovative tools and workflow solutions. Routledge, 2009.





Documento assinado eletronicamente por **RODRIGO EDUARDO BOTELHO FRANCISCO, CHEFE DO DEPARTAMENTO DE CIENCIA E GESTAO DA INFORMACAO - SA**, em 21/09/2022, às 15:54, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **4855486** e o código CRC **6342BC0B**.
