

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**DEPARTAMENTO DE TEORIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO**

**DISCIPLINAS DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO**

<b>DISCIPLINA: Tópicos em Gestão. Informação e Conhecimento D</b> (Informação e Marketing)			<b>CÓDIGO</b> TGI-053 – TA1	
<b>PROFESSOR</b> Jorge Tadeu de Ramos Neves / <a href="mailto:jtrneves@ufmg.br">jtrneves@ufmg.br</a>				
<b>DEPARTAMENTO</b> Departamento de Teoria e Gestão da Informação			<b>UNIDADE</b> Ciência da Informação	
<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>TEÓRICA</b>	<b>PRÁTICA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CRÉDITOS</b>
	60	00	60	04
<b>ANO LETIVO</b> 2º semestre de 2017			<b>PERÍODO</b> 6º	
<b>PRÉ-REQUISITOS</b>			<b>CÓDIGOS</b>	
<b>CURSOS PARA OS QUAIS É MINISTRADA</b> Biblioteconomia			<b>CLASSIFICAÇÃO</b> Optativa	

**EMENTA**

Principais definições e conceitos sobre informação, conhecimento e marketing. Sociedade da informação e do conhecimento: principais desafios e oportunidades. Gestão da informação: etapas do processo de gestão. Marketing e suas aplicações, tipos e processos de gestão.

**OBJETIVO DA DISCIPLINA**

Discutir a importância da informação e de sua gestão no atual momento de mudanças por que passam as organizações, assim como o papel do profissional da informação nesse contexto, aumentando sua empregabilidade. Procura-se também relacionar a gestão da informação com a necessidade das organizações gerenciarem suas ações de marketing para sobreviverem e se tornarem mais competitivas.

**METODOLOGIA**

Aulas expositivas, debates, atividades externas e exercícios práticos e filmes em sala de aula.

## **AVALIAÇÃO**

### **Presença e Participação em Sala de Aula Exercícios e Dinâmicas Avaliação Final**

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- CHOO, Chun Wei. A. A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: SENAC, 2004. Tradução de Eliana Rocha. 425p.

- DIAS, Maria Matilde Kronka; BELLUZZO, Regina Célia Baptista. Gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente. Bauru, SP: EDUSC, 2003. 186p.

- DAVENPORT, Thomas H. Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. Futura, 1995.

- FERAUD, Geneviève. Um século de gestão da informação. In: DAVENPORT, Thomas H.; MARCHAND, Donald A.; DICKSON, Tim. Dominando a gestão da informação. Porto Alegre: Bookman, 2004. p.39-44.

- GABRIEL Marta. Marketing na Era Digital. Conceitos, plataformas e estratégias. Rio de Janeiro: NOVATECH, 2010.

- KOTLER Phillipe. KARTAJAIA H. SETIAWAN I. Marketing 3.0. As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LONGO Walter. Marketing e comunicação na era pós-digital: os tempos mudaram. São Paulo: HSM, 2013.

- MCGEE, James; PRUSAK, Laurence. Gerenciamento estratégico da informação. Rio de Janeiro: Campus, 1994. 244p.

- ROMANI, Claudia; BORSZCZ, Iraci (Orgs.). Unidades de informação: conceitos e competências. Florianópolis: Ed, da UFSC, 2006. 133p

- TARAPANOFF, Kira (org.). Inteligência organizacional e competitiva. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. 344p.

- VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Equipes interdisciplinares na gestão da informação e conhecimento. In: BAPTISTA, Sofia Galvão; MÜELLER, Suzana Pinheiro Machado (Orgs.).